

**UNIVERSIDAD DE ALICANTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES**



**GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS**

***CURSO ACADÉMICO 2018 - 2019***

COMUNICACIÓN POLÍTICA DE LOS CANDIDATOS PEDRO SÁNCHEZ Y PABLO CASADO A  
TRAVÉS DE TWITTER EN LAS ELECCIONES GENERALES DE 2019

ALUMNO: GABRIEL ORTEGA MORENO

TUTOR: ENRIC MIRA PASTOR

*DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN Y PSICOLOGÍA SOCIAL*

Alicante, Julio de 2019

## **RESUMEN**

Twitter es la red social más importante en el ámbito político, se ha convertido en la primera opción para partidos y representantes políticos, dadas las características exclusivas que ofrece en la comunicación política actual. Posteriormente, se desarrolla un trabajo de investigación sobre la comunicación política que realizan en twitter los candidatos del PSOE, Pedro Sánchez y del PP, Pablo Casado, para las elecciones generales del 28 de Abril de este año 2019, siguiendo una metodología de análisis cuantitativo y cualitativo de todos los tweets visualizados en sus perfiles durante el periodo de la campaña electoral. El principal objetivo es adoptar una perspectiva comparada respecto a la forma de uso que ofrece cada candidato en la Red Social Twitter. Se comprueban los aspectos negativos y positivos del uso que ofrece cada candidato en esta plataforma social, para llegar a una serie de conclusiones finales encaminadas a encontrar al candidato que presenta una campaña de comunicación política más eficaz en twitter, teniendo en cuenta tanto, los resultados de este trabajo de investigación, como los resultados de las elecciones generales que ha conseguido cada candidato.

## **PALABRAS CLAVE**

Comunicación política, redes sociales, twitter, campaña electoral, Pedro Sánchez, Pablo Casado, PSOE, PP, elecciones generales 2019, 28A.

## ÍNDICE

<b>Memoria y/o Estructura del TFG.</b>	<b>Páginas.</b>
La portada.....	1
Resumen.....	2
Palabras clave.....	2
Índice.....	3
Introducción.....	4
Antecedentes y/o Estado de la cuestión.....	5
Marco teórico.....	9
Objetivos e hipótesis.....	17
Metodología.....	18
Desarrollo y resultados.....	21
Conclusiones.....	61
Bibliografía.....	67
Anexos.....	68

## 1. INTRODUCCIÓN

La situación política Española está viviendo uno de los momentos históricos más inciertos, y a la vez atractivos para el público desde que se instauró la democracia hace más de 40 años. España cada vez se encuentra más fragmentada en nuevos partidos políticos de diferentes ideologías que obtienen mayor representación en el congreso de los diputados, a consecuencia de ello se producen pactos de gobierno entre diferentes partidos para poder alcanzar la mayoría absoluta, ya que sin acuerdos es totalmente imposible gobernar el país en la situación política actual.

Sin embargo, existen dos partidos políticos tradicionales que siempre han obtenido representación y han permaneciendo en el congreso de los diputados desde que existe democracia en España, se trata del Partido Socialista Obrero Español (PSOE) y del Partido Popular (PP). Ambos partidos tradicionales han sido capaces de ganar elecciones y gobernar el país en diferentes etapas. Son considerados dos partidos de ideología totalmente opuesta que defienden lo contrario en la mayoría de los casos, algo que es interesante a la hora de valorar y comparar el discurso. En la actualidad, **Pedro Sánchez** es el secretario general del **PSOE**, mientras que **Pablo Casado** es el presidente del **PP**, por lo tanto son los dos candidatos políticos que representan a cada partido tradicional y que competirán para gobernar el país con el apoyo de otros partidos más minoritarios, ya que según las encuestas realizadas en el CIS y SIGMA DOS, visualizan la votación, como primero y segundo respectivamente, con opciones reales de gobernar en ambos casos.

Esa competición hacia la presidencia del gobierno se llevará a cabo en las ciudades que visitarán, en los mítines, en las entrevistas y en los debates que realizarán los dos candidatos durante la campaña electoral a las elecciones generales del 28 de Abril. También, los medios de comunicación como la prensa, la radio y la televisión harán eco de las noticias y de la actualidad de ambos candidatos, pero sobre todo la competición más importante tendrá lugar en las redes sociales y en especial en **twitter** que es la red social política por excelencia, ya que es la más utilizada por la mayoría de los políticos a nivel mundial, y a la que acuden de forma prioritaria los medios de comunicación de masas para cubrir sus noticias. Desde el momento que Barack Obama se convirtió en presidente de los EE.UU en 2008, en gran medida por la influencia de twitter en los resultados electorales, twitter se ha convertido en una herramienta imprescindible en la vida cotidiana de cualquier político hoy en día. En España la mayoría de políticos se han

ido sumando a esta plataforma social, y pocos son los que resisten sin abrirse una cuenta en alguna de las redes sociales existentes. Los asesores de comunicación recomiendan interactuar mediante redes sociales para conectar mejor con el público objetivo.

Teniendo en cuenta todo lo comentado en anterioridad el **tema** central sobre el que gira el presente trabajo de investigación es la comunicación política empleada por los candidatos Pedro Sánchez y Pablo Casado a través de Twitter durante el periodo de campaña electoral para las elecciones generales 2019. Se trata de investigar el uso que dan a esta herramienta los principales candidatos a la presidencia del gobierno. Para lograrlo, se elaborará primero un análisis cuantitativo, contabilizando tweets, formatos y recursos utilizados por los dos candidatos en twitter. Y segundo se elaborará un análisis cualitativo respecto a la interfaz y al contenido de los tweets que utilizan ambos políticos.

Para realizar este trabajo de campo se atenderá los perfiles twitter de Pedro Sánchez, líder del PSOE, y Pablo Casado, líder del PP, observando toda su información y actualidad que deciden publicar diariamente. En cuanto al periodo en el que se va a desarrollar este análisis y recopilar todos los datos corresponde a la duración completa de la campaña electoral, es decir, desde el 12 de Abril hasta el 26 de Abril. El principal objetivo de este trabajo de investigación es conseguir una perspectiva comparada entre el discurso y forma de uso de ambos candidatos en twitter, para sacar unas conclusiones finales encaminadas a encontrar al candidato que utiliza esta red social de forma más eficaz, valorando la repercusión e influencia de la red social twitter en los resultados electorales.

## **2. ANTECEDENTES Y ESTADO DE LA CUESTIÓN**

Existen diferentes trabajos de investigación que han tratado temas relacionados con la política en redes sociales:

**2.1** “Facebook y twitter en campañas electorales en España” (Abejón, Sastre, Linares, 2012: 129). Este trabajo trata de transmitir la importancia que ofrecen las redes sociales como twitter y facebook en el ámbito político desde que Barack Obama alcanzara la presidencia de EE.UU en 2.008. Esta fue la fecha antecedente en la cual, twitter se convirtió en una de las principales herramientas políticas para alcanzar el poder, ya que la conocida campaña “yes we can” llevada a cabo por el candidato demócrata Barack Obama, se apoyó en gran medida en twitter y Facebook para hacer viral el mensaje y

ganar las elecciones, siendo las redes sociales en este caso protagonistas en las campañas electorales norteamericanas. Poco a poco, el uso de las redes sociales en política se ha ido extendiendo a otros países, pero en España no se puede decir lo mismo hasta 2.011. La investigación de este trabajo tiene por objeto analizar el uso que han hecho los líderes de los principales partidos políticos de las redes sociales en las elecciones municipales y autonómicas celebradas en España el 22 de mayo de 2011, tomando como ejemplo los candidatos del PP Y PSOE a la CC.AA de Madrid, es decir, Esperanza Aguirre y Tomás Gómez respectivamente. En este trabajo se ha realizado una metodología que sigue un análisis cualitativo de las diferentes interfaces en ambos perfiles de Facebook y twitter, además sigue con otro análisis cuantitativo de todos los mensajes lanzados mediante twitter y Facebook por ambos candidatos durante el mes de Mayo. Al final del trabajo de investigación se comprueba de que Esperanza Aguirre gana las elecciones a la comunidad de Madrid utilizando las redes sociales en menor medida que lo ha hecho el candidato del PSOE Tomás Gómez, ya que Esperanza publica menor número de tweets que Tomás durante el mes de Mayo. Por lo tanto se demuestra que: “la repercusión de las redes en los resultados electorales en España ha sido prácticamente nula. Los políticos españoles han entendido la importancia de estar en las redes, pero no han entendido su verdadero uso. El movimiento 15-M, a través de las redes sociales, monopolizó la información de los medios sobre la campaña, pero las redes no modificaron el comportamiento electoral” (Abejón, Sastre, Linares, 2012: 130).

**2.2** “La interacción política en Twitter: el caso de @ppopular y @ahorapodemos durante la campaña para las Elecciones Europeas de 2014” (Zugasti, Pérez, 2.015: 1). Como investigación más reciente que la mencionada anteriormente, se defiende la idea durante todo el desarrollo del trabajo de que las redes sociales son instrumentos de comunicación cada vez más utilizados por los políticos para conectar mejor con su electorado. En este caso concreto a diferencia del anterior se analiza exclusivamente twitter que permite a los políticos y candidatos electorales interactuar con los ciudadanos a través del diálogo, utilizando los recursos de la mención, o del retweet. El objetivo de este trabajo de investigación es por tanto, conocer que uso hicieron tanto el partido popular, como podemos de las posibilidades dialógicas de twitter durante la campaña electoral a las elecciones europeas 2.014. Para lograrlo, se emplea una metodología cuantitativa, basada en un análisis de contenido respecto a los 2.273 tweets publicados por las diferentes cuentas, @PPopular y @ahorapodemos. En este trabajo de

investigación se debe conocer el grado de interacción con otros usuarios del Partido Popular y Podemos a través de twitter. También se compara el nivel de interacción de ambos partidos en twitter. Finalmente se demuestra lo siguiente:

“El Partido Popular destaca en el empleo de la mención (81%), aunque la formación liderada por Iglesias también la utilizó de forma mayoritaria (53,5%). El uso de la mención permite incluir en el mensaje a otro usuario y hacerlo parte del mismo, fomentando la interacción entre dos o más cuentas. Sin embargo, el uso que se hizo de la mención fue algo diferente en ambos casos. @ahorapodemos utilizó esta posibilidad para fomentar más las conexiones ‘intrapartido’, ya que lo predominante fue que citara a otras cuentas del mismo partido (55,6%), a ciudadanos (25,7%) a Pablo Iglesias (20%), o a otros candidatos del mismo partido (19,1%). Conviene destacar que en el apartado ciudadanos predominan las menciones a simpatizantes de la formación que no fueron candidatos a las elecciones. En el caso de @PPopular también predominó el uso de la mención a personas de dentro de la formación. Sin embargo, el uso prioritario fue para mencionar a ciudadanos no candidatos (45,7%), aunque con clara presencia de los líderes nacionales del partido en este caso. Destaca también la mención a Cañete (35,7%) y a otros candidatos del partido (21,7%). La conclusión anterior contrasta con el escaso interés que tuvieron ambos partidos por el diálogo directo con sus seguidores. En el caso del Partido Popular, solo en una ocasión (0,1%) durante toda la campaña se respondió de forma directa a las inquietudes de un seguidor. @ahorapodemos, por su parte, trabajó bastante más el diálogo con los usuarios de Twitter, ya que el 6,8% de sus mensajes formaron parte de una conversación. Aunque esta cifra es más elevada que la del @PPopular todavía no permite afirmar que Podemos utilizó preferentemente Twitter como una herramienta de diálogo con los electores/seguidores. El 20% de los tweets del Partido Popular fueron retweets, menos de la mitad de los de Podemos: 44%. En el @PPopular predominaron los retweets a otras cuentas del partido (37,4%) y a periodistas y medios de comunicación (25,9%), mientras que @ahorapodemos se centró en dar difusión a los mensajes de ciudadanos (45,7%) y a los tweets de otras cuentas del partido (35,9%). Las anteriores conclusiones nos llevan a confirmar la hipótesis, ya que en términos generales Podemos interactuó más que el Partido Popular. Especialmente significativa es la gran diferencia entre ambos partidos en cuanto a diálogo se refiere, así como el mayor empleo del retweet por @ahorapodemos. Esto contrasta con el mayor uso que hizo @PPopular de la mención, aunque este empleo no se tradujo posteriormente en un uso dialógico de la red social” (Zugasti, Pérez, 2.015:12).

**2.3** “Twitter, el pájaro que llevó a Donald Trump a la casa blanca” (Fernández, 2018:1). Se trata de otro trabajo de investigación que a diferencia de los dos anteriores, este es más reciente y analiza exclusivamente el último mes de campaña electoral a las elecciones de los EE.UU, llevada a cabo por el candidato republicano a la casa blanca Donald Trump. El autor defiende la idea principal de que twitter se ha incorporado como un canal imprescindible en la comunicación de los actores políticos. El objetivo principal de este TFM es analizar el comportamiento y el uso de Donald Trump a través de twitter en el último mes de campaña electoral a la presidencia de los EE.UU, (desde el 8 de Octubre del 2.016 hasta el 8 de Noviembre del 2.016). Por tanto, el objeto de la cuestión es la cuenta twitter del candidato @realDonaldTrump integrando una muestra de 526 tweets que fueron todos los publicados y contabilizados durante ese segmento de tiempo. La metodología consta de un análisis cuantitativo determinando el impacto conseguido por Donald Trump en comparación con la candidata Hillary Clinton, también consta de otro análisis cualitativo analizando el contenido de los 526 tweets publicados. El análisis de la parte cualitativa pretende determinar si Donald Trump hizo comunicación política a través de esta plataforma social, conocer los diferentes temas de su agenda en twitter y por último conocer el lenguaje utilizado. Finalmente los resultados muestran:

“Primero, Donald Trump hizo comunicación política en twitter. Segundo, La campaña fue fundamentalmente negativa, centrada en ataques. Tercero, Donald Trump consiguió mayor impacto que su oponente Hillary Clinton. Por último, el análisis temático muestra que los mensajes no aportaron veracidad” (Fernández, 2.018: 1).

En la campaña realizada por Donald Trump entra en juego el concepto “posverdad” que se ha convertido en una técnica política muy utilizada en la actualidad, consiste en repetir la misma mentira gran cantidad de veces hasta ser aceptada por la opinión pública y convertirse en verdad. Los temas tratados en twitter, por el candidato republicano por orden de preferencia fueron los siguientes: Economía, Terrorismo, sanidad, armas, inmigración, seguridad social, educación... La campaña electoral de Donald Trump se basa en críticas constantes a sus adversarios políticos y a los medios de comunicación, con el objetivo de que estos hablen únicamente de él. En cuanto a la revisión de hipótesis de la campaña electoral de Donald Trump en twitter a la presidencia de los EE.UU, el autor plantea los siguientes resultados:

H1. Donald Trump hizo comunicación política en twitter.

H2. Donald Trump consiguió mayor impacto que Hillary Clinton.



H3. Trump trató en twitter los temas de mayor interés para sus votantes.

H4. Donald Trump hizo un uso emocional de twitter.

H5. Donald Trump potenció el debate político con los usuarios de twitter.

H6. Twitter fue relevante en la campaña de Donald Trump.

El autor concluye exponiendo lo siguiente:

“Pese a la mayor dedicación de Hillary Clinton a twitter, Donald Trump llegó a más usuarios consiguiendo, además de favoritos y retweets, decenas de miles de comentarios, que no se han analizado en este estudio. Su cuenta de twitter muestra su opinión directamente y le permite en cierta medida emanciparse de los medios de comunicación” (Fernández, 2018: 48)

### **3. MARCO TEÓRICO**

Nos encontramos en un constante desarrollo tecnológico, algo que ha cambiado por completo la forma de transmitir la información, en 10 años hemos pasado de informarnos mediante los denominados medios convencionales tradicionales, prensa, radio, televisión, a informarnos mediante medios no convencionales digitales como son las redes sociales en Internet. Además, podemos comprobar en la actualidad como la mayoría de canales o medios de comunicación tradicionales ya disponen de perfiles en las diferentes redes sociales para tener a sus diferentes públicos totalmente actualizados y conectados.

Podemos comprobar como diferentes autores se han aproximado al concepto red social, “Las redes sociales que se conforman desde las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), pueden definirse como una estructura social que, apoyada con los recursos de la web 2.0, permite las relaciones entre personas, grupos y organizaciones bajo uno o varios objetivos en común; establecimiento de contacto con personas conocidas y con nuevas personas, apoyo emocional, compañía social, ayuda material y de servicio. La participación de las personas mediante una identidad digital, en este tipo de redes, proporciona un espacio para experimentar colaboración, construcción, intercambio, socialización, aprendizaje, cooperación, diversión, autonomía, entre otras.” También añaden estos autores que la red social, posee un carácter socializador, donde prevalece la comunicación e interacción de forma horizontal, abierta y flexible. (Peña, Pérez, Rondón, 2010: 175).

Existen varias Redes Sociales que se utilizan para transmitir información, las más conocidas son Facebook, Twitter, Instagram y LinkedIn. Sin embargo este trabajo tiene que ver con una red social concreta, se mencionará continuamente twitter y las posibilidades que ofrece para transmitir mensajes al público objetivo. Twitter es una herramienta tecnológica que se ha convertido en uno de los medios de comunicación más poderosos de la historia. Es una red social creada en 2.006 y ha revolucionado la forma de comunicarse de las personas y la manera en la que se transmite la información. Si hay una característica que diferencia a twitter del resto de redes sociales es su sintaxis y su brevedad, ya que en cada publicación o tweet solo se pueden utilizar 140 caracteres para transmitir un mensaje determinado. En la actualidad es cierto que se ha ampliado hasta los 280 caracteres beneficiando al autor a la hora de redactar el tweet, aunque sigue siendo breve.

José Luís Orihuela autor del libro Mundo Twitter: Una guía para comprender y dominar la plataforma que cambió la red. En este libro se habla de las características más importantes de la red social y de su funcionamiento de forma general. Orihuela define el modelo comunicativo de twitter como asimétrico porque establece relaciones optativas entre usuarios con una arquitectura variable, pautada por cada uno y por lo tanto descentralizada. Twitter es breve, global, hipertextual, intuitivo y social. Es sincrónico porque se caracteriza por la velocidad de su timeline; sus posibilidades de interacción entre usuarios desde distintos dispositivos lo convierten en un medio multiplataforma y la fácil y rápida circulación de mensajes a través de él hace que hablemos de sus ventajas como red viral. Orihuela denomina “la experiencia twitter” a la posibilidad que brindan los medios sociales a diferencia de los medios tradicionales (prensa, radio y tv). Es una red en la que “cada usuario define el contenido que recibe en función de las comunidades que establece”. Hay usuarios pasivos que leen las actualizaciones de las personas a las que siguen, y usuarios activos, que también aportan contenido a la red. Según relata Orihuela (2011; citado en Muller, 2012, pp.101), la experiencia twitter más gratificante es la de aquellos que consiguen ajustar su comunidad de cuentas seguidas al tiempo que contribuyen con contenido de calidad, incrementando así sus seguidores y las posibilidades de conversación y viralización. Una ventaja de twitter es que devuelve inmediatamente en tiempo real la respuesta a los comentarios, lo que le permite al usuario ir midiendo su performance y conocer sus fortalezas y debilidades como twitter. “El silencio, la respuesta, el retweet o la marca como favorito, ahora el me gusta, constituyen

los ecos de la escritura en twitter” Orihuela (2011; citado en Muller, 2012, pp.103). Es una forma de “premiar” a los comentarios de otros, pero sobre todo, son oportunidades de viralizar contenido y sumar seguidores. (Muller, 2012; 101-103). Orihuela en su libro La vida misma en 140 caracteres recopila cerca de mil tweets con un estilo de “escritura breve que es profundo, inteligente, certero y humorístico” El autor apunta que el tesoro de twitter está en el chispazo de la creatividad de los twittereros que con sus comentarios van definiendo un estilo, una identidad propia. (Muller, 2012; 101-103). “Ahora el planeta entero está conversando y todos podemos escucharlo. También existe la posibilidad de que el planeta entero nos escuche. Al menos una vez. Tenemos 140 caracteres para intentarlo”. (Orihuela; 2011), puntualizo al autor que ahora es más fácil, tenemos 280 para intentarlo, ya que la plataforma ha ido evolucionando y ha sufrido diferentes actualizaciones.

Debemos tener en cuenta que con la influencia y tendencia de twitter nace al mismo tiempo una jerga propia como ha ocurrido antes con otros medios nuevos: Tweet, follow, unfollow, hashtag, mention, retweet, favorito: son algunos términos que componen la red social. Las características principales y el funcionamiento de esta red social define perfectamente su naturaleza, todo ello ha influido a que Twitter se haya convertido en la red social más utilizada e importante en comunicación política hasta el punto de que ha sido clave en diferentes revueltas políticas, la más conocida, la de Barack Obama para las elecciones a la presidencia de los EE.UU en (2.008), fue pionero en utilizar la red social twitter mediante la famosa campaña “yes we can” , los resultados fueron muy positivos ya que consiguió viralizar el mensaje y finalmente ganar las elecciones para alcanzar la presidencia de los EE.UU. En este caso la victoria de Obama en twitter se trasladó en los resultados electorales, por lo tanto fue todo un ejemplo mundial, trasladando esta idea al resto de países occidentales en los que se encuentra España.

Numerosos autores han escrito sobre esta tendencia política en la sociedad de red. Roberto Rodríguez Andrés y Daniel Ureña Uceda escribieron “Diez Razones para el uso de twitter como herramienta en la comunicación política y electoral”, los puntos que proponen para defender esta idea son los siguientes:

### **3.1 “Twitter aporta todavía una imagen de modernidad” (Rodríguez & Ureña, 2011).**

Los políticos se suman al avance tecnológico para no quedarse atrás.

“En las primeras fases en las que un partido o un candidato se plantean hacer uso de una nueva herramienta como twitter, o cualquiera otra, suele ser común encontrar cierto enfrentamiento entre políticos y asesores. Mientras estos últimos quieren incorporar todas las novedades que se vayan produciendo, los primeros, especialmente si tienen ya algunos una cierta edad, suelen ser más reacios, sobre todo porque muchos piensan que las elecciones se siguen ganando como toda la vida, y además, porque a veces se muestran temerosos ante estas nuevas tecnologías, al no comprender de todo su funcionamiento, y en definitiva, viendo más los riesgos que las oportunidades.

### **3.2 “Permite la conversación con el ciudadano” (Rodríguez & Ureña, 2011)**

Una de las grandes ventajas de twitter y quizá su mayor virtualidad, es favorecer la comunicación, el contacto directo y el diálogo con los ciudadanos. A diferencia de la comunicación política tradicional donde los ciudadanos leían o escuchaban los mensajes de los políticos elaborados a través de medios, como la prensa, la radio o la televisión, actuando en consecuencia en un modelo unidireccional, sin dar la oportunidad al ciudadano de participar. Twitter ha venido para quedarse rompiendo estas barreras y favoreciendo que la comunicación sea bidireccional, en esta ocasión se produce un feedback entre el político y los ciudadanos que antes no existía o se daba sólo en contadas ocasiones.

### **3.3 “Los usuarios de twitter son líderes de opinión en sus entornos” (Rodríguez & Ureña, 2011).**

Hay que tener en cuenta tanto la vertiente cuantitativa, los usuarios que utilizan twitter, siendo cada vez más los que deciden sumarse a esta red social, como la vertiente cualitativa, ya que también debemos tener en cuenta el impacto que estos usuarios pueden tener en sus entornos más cercanos, familiares, amigos, compañeros de trabajo. Según determinadas encuestas los twitters con más seguidores pueden ser considerados “líderes de opinión” o influencers, puesto que son gente informada, involucrada política y socialmente, preferentemente urbana

y con buen nivel formativo y estatus. Además existen numerosos ejemplos como algunos perfiles que mediante la elaboración de un contenido más o menos interesante para determinados públicos, han aumentado exponencialmente sus seguidores hasta el punto de hacerse famosos dentro de la comunidad y convertirse en los denominados líderes de opinión. Por las razones comentadas anteriormente, es importante segmentar, ya que es una de las ventajas importantes de esta red social.

### **3.4 “Es una herramienta de comunicación interna y genera comunidad” (Rodríguez & Ureña, 2011).**

Twitter se puede utilizar como vía de comunicación interna con sus propios militantes, simpatizantes y seguidores convirtiéndose en protagonistas de la acción política y convirtiéndose actualmente una herramienta indispensable para el desarrollo de las campañas. Twitter es especialmente útil para diseminar y difundir los mensajes clave durante las mismas y generar corrientes de opinión, conforme empezó haciendo Barack Obama en 2.008, sumándose posteriormente la gran mayoría de los políticos. Tradicionalmente, las formaciones políticas y ahora jefes de campaña suelen facilitar a los candidatos manuales de campaña en los que detallan los argumentos que pueden utilizar durante las elecciones en esta red social. También con la opción que posee esta plataforma del retwitteo podemos expandir y viralizar un mensaje más allá de nuestros seguidores, cada usuario tiene una capacidad de propagación proporcional a su número de seguidores (followers), un mensaje puede ser retransmitido, (RT) sin ninguna limitación por los followers en tiempo real. (Congosto, Fernández, Moro, 2.011:12). Por lo tanto, en twitter un partido político mantiene informados a los propios simpatizantes y militantes, actuando estos como una correa de transmisión de los mensajes, aumentando así su difusión y eficacia.

### **3.5 “Twitter es ya el medio más pegado a la actualidad” (Rodríguez & Ureña, 2011).**

Twitter tiene también un componente informativo que le confiere mucho valor en términos de estrategia política y electoral. Esta red se ha convertido para muchos de sus usuarios en un medio a través del cual estar informados de la actualidad.

Mucha gente reconoce que se entera de las noticias antes por una red social, como es twitter que por cualquier otro medio de comunicación. Según afirma Orihuela, “todas las noticias de alcance de los últimos años han aparecido inicialmente en twitter” (Orihuela, 2011:97). Es un medio actual e informativo por el gran crecimiento exponencial en términos de usuarios que ha experimentado en la última década.

**3.6 “Es una fuente de información para los periodistas y una vía para mejorar la relación entre ellos” (Rodríguez & Ureña, 2011).**

Los medios de comunicación han sido pioneros en sumarse a twitter y disponen de perfiles oficiales en esta red social, muchos de ellos suelen pertenecer a los denominados medios de comunicación convencionales, tipo prensa, radio, tv. Estos medios tradicionales prestan mucha atención de todo lo que se dice en twitter por parte de los políticos y sus partidos mediante un seguimiento de perfiles de interés, además los medios publican y emiten todo lo importante que sucede en twitter, siendo una fuente de información fiable y actual a la hora de elaborar noticias. Por lo tanto, los políticos deben tener presente que lo que escriben puede ser publicado y emitido por los periodistas. Los políticos deben medir sus palabras en esta red social y adaptar su discurso a sus programas argumentarios. Un error en twitter de un político puede salir muy caro en la campaña electoral, ya que de nada sirve borrar un tweet cuando algún medio de comunicación ya ha hecho eco de ese tweet. En definitiva, twitter es la red social más importante en política y a nivel informativo, ya que es la que más se tiene presente a la hora de elaborar noticias por parte de los medios de comunicación.

**3.7 “Ayuda a los políticos a pensar y hablar en titulares, y por tanto, a ser mejores portavoces” (Rodríguez & Ureña, 2011).**

Como hemos comentado anteriormente a la hora de analizar las características naturales que definen la red social twitter, cada tweet dispone de 280 caracteres, antes solo disponían de 140. Aunque se hayan ampliado el número de caracteres los tweets siguen siendo publicaciones breves. En los tweets se les obliga a los líderes y representantes políticos a seleccionar información relevante, sintetizar información y comunicar mejor un determinado mensaje, algo que favorece el

discurso político sin lugar a dudas, siendo cada vez más las personas que al recibir mejor el mensaje, pueda simpatizar o interesar más ese tema político concreto que se está haciendo referencia.

### **3.8 “Humaniza a los políticos y aumenta la empatía hacia ellos” (Rodríguez & Ureña, 2011).**

A lo largo de la historia han aparecido nuevos medios de comunicación como la televisión llegando a personalizar a los políticos, a partir de ese momento las personas podían observar la imagen personal de cada político, su vida profesional e incluso su vida personal. En la comunicación política actual se fomenta el conocimiento de los líderes no solo como políticos, sino también como personas. En twitter los políticos no hablan solo de política, también de otros aspectos, de su día a día, aficiones, gustos, opiniones de interés para los twittereros, etc, además los políticos más seguidos hablan en sus perfiles de esta serie de aspectos. Twitter es una herramienta de comunicación para el político que favorece la cercanía con las personas y la sociedad. Twitter publicita su vida personal además de la profesional, contribuyendo a humanizarles. Al compartir opiniones, gustos y aficiones con otros usuarios, muchas personas se pueden sentir identificados con el político, aumentando la empatía hacia ellos.

### **3.9 “Es un termómetro social” (Rodríguez & Ureña, 2011).**

Se suele decir que los políticos no conocen las necesidades reales de la gente y los partidos elaboran sondeos para identificar necesidades y opiniones para tomar decisiones a la hora de incorporar a su argumento electoral. Twitter no puede sustituir esos sondeos, pero puede ofrecer un conocimiento certero de lo que piensa la gente sobre determinados temas, es un “gigantesco estudio de mercado en tiempo real y a escala global” (Orihuela, 2011:36). Se habla del poder predictor de twitter respecto al comportamiento de la opinión pública. Se han llevado a cabo estudios empíricos que afirman que la circulación de mensajes y menciones en twitter puede predecir los resultados de unas elecciones con una fiabilidad similar a la de los sondeos tradicionales (Livne, Simmons, Adar & Adamic, 2011).

La voz de la sociedad puede ser reflejada en esta red social mediante hashtags o trending topics. Por lo tanto, los partidos políticos deben estar observando continuamente twitter para comprobar donde se dirige la opinión pública.

### **3.10 “¿Ayuda a ganar elecciones?” (Rodríguez & Ureña, 2011)**

Serán necesarios en el futuro mayores estudios empíricos para probar los hechos. En el trabajo de investigación que elaboraré a continuación, se comprobará con hechos justificados si a mayor presencia en twitter mejores resultados electorales en España. Hemos comentado anteriormente que Barack Obama alcanzó la presidencia de los EE.UU en 2.008 utilizando twitter en gran medida para viralizar su mensaje de campaña “yes we can”, después otros políticos a nivel mundial han seguido esos pasos. Las compañías y las marcas utilizan las redes sociales para mejorar la presencia de su marca, dar a conocer sus productos y aumentar las ventas (Thomases, 2010). Otros autores niegan estas hipótesis, como reconocen Echevarría y Riorda (2.010), todo este debate podría resumirse diciendo que, hoy por hoy, “las herramientas 2.0 bien manejadas acercan a la gente y posicionan, pero no son garantía de nada, siendo un medio más en la estrategia global de comunicación que debe planear todo candidato, partido o institución”. (Echevarría, Riorda: 2010).

La última consideración que debemos hacer es si ¿twitter sobreviva al paso del tiempo o será algo pasajero? Pase lo que pase, la comunicación participativa y diálogo abierto que ha contribuido a implantar es algo que difícilmente podrá diluirse. Aunque desaparezca o aparezca una nueva red social capaz de sustituirla, su aportación ha sido clave para justificar su empleo en el ámbito de la comunicación política y electoral.



## **4. OBJETIVOS E HIPÓTESIS**

### **4.1 Objetivos**

Objetivo General: Conocer el uso que hacen de las posibilidades de twitter los líderes políticos de PSOE Y PP durante la campaña electoral a las elecciones generales 2.019.

Objetivo Específico 1: Comparar el uso que realizan de la red social twitter los representantes políticos, Pedro Sánchez y Pablo Casado.

Objetivo Específico 2: Comprobar el candidato más activo en la red social twitter mediante el nivel de frecuencia de uso e interacciones.

Objetivo Específico 3: Analizar la repercusión que ha tenido la red social twitter de ambos líderes políticos en los resultados electorales.

Objetivo Específico 4: Conocer el grado de popularidad de los diferentes candidatos a lo largo de la campaña electoral en twitter.

Objetivo Específico 5: Identificar las diferencias en el discurso de Pedro Sánchez con el de Pablo Casado en twitter.

### **4.2 Hipótesis**

H1: Existe una correlación directa entre el número de tweets visualizados en cada cuenta twitter y el resultado electoral, expresado en número de votos que obtiene cada uno de los candidatos a la presidencia del gobierno.

H2: Existe una correlación directa entre el incremento del número de seguidores a lo largo de la campaña y el resultado electoral, expresado en número de votos por cada uno de los partidos al que representan los dos líderes políticos.

H3: Existe una correlación directa entre el número de tweets utilizados en cada cuenta twitter y la popularidad adquirida por cada perfil, expresada en el número de nuevos seguidores obtenidos durante la campaña electoral.

H4: El discurso de Pedro Sánchez, líder de PSOE, defiende más valores o aspectos sociales, mientras que el discurso de Pablo Casado, líder del PP, se centra más en la economía.

## **5. METODOLOGÍA**

El objeto general de esta investigación es analizar el comportamiento en la red social twitter de los principales candidatos a la presidencia del gobierno, Pedro Sánchez y Pablo Casado por parte del PSOE y PP respectivamente, ya que son los dos últimos partidos que han gobernado España y actualmente cuentan con un apoyo mayoritario en el congreso de los diputados. Para ello, se ha elaborado un análisis cuantitativo en el que se han contabilizado y recogido datos de la red social twitter de Pedro Sánchez y también de la cuenta twitter de Pablo Casado, estos datos son de tipo descriptivos y hacen referencia al uso que le han dado los líderes de PSOE Y PP durante la campaña electoral realizada en Abril del 2019.

Por otra parte, se ha realizado un análisis cualitativo de todos los contenidos y los discursos de los protagonistas en sus cuentas twitter durante toda la campaña electoral, según diversas categorías con el objeto de valorar. Con este tipo de análisis cualitativo se persigue comprender diferentes aspectos del discurso político en el uso de las redes sociales desde quien actúa, es decir las cuentas twitter de Pedro Sánchez y Pablo Casado. A nivel temporal se ha seleccionado una muestra de 15 días que corresponden a la duración completa de la campaña electoral. La campaña electoral se inicia el día 12 de Abril a las 00:00h y termina el día 26 a las 24h en total 15 días, en los cuales se recogerán muestras diarias de la rutina de los líderes políticos reflejada en sus diferentes cuentas de twitter.

Dentro del análisis cuantitativo se ha optado por la denominada técnica observación no participante para la recogida de datos, que se limita a describir las interacciones de ambos participantes en sus cuentas de twitter. Para llevar a cabo esta descripción se han establecido una serie de ITEMS a valorar que corresponden a la frecuencia de uso, tipo de uso y popularidad.

- La frecuencia de uso que realizan de la red social twitter cada candidato se determinará observando el total de tweets que aparecen todos los días en la cuenta de cada candidato.

- El tipo de uso o modo de uso que realizan de esta red social cada líder político se determinará observando la naturaleza de cada tweet concreto y los diferentes formatos de tweet que se ha utilizado en cada cuenta twitter. Hay que comprobar del número total de tweets generados en un día por cada cuenta, cuántos de ellos son Retweets de otros perfiles, cuántos son escritos por el candidato, en cuantos utilizan mención a cuentas relacionadas, los números de retweets con comentario del participante, y por último cuantos hashtags han utilizado, el fin es llegar a unas diferencias de recursos utilizados y cuáles de ellos son los más utilizados por cada representante político para demostrar el tipo de uso que realizan de la red social twitter.
- La popularidad de cada participante se comprobará observando el número de seguidores con los que disponen en twitter. Además conoceremos el grado de popularidad de cada candidato durante la campaña electoral que se comprobará primero observando el número de seguidores que disponen en el momento que se inicia la campaña (12 de Abril a las 00:00h), segundo observando el número de seguidores en el momento que finaliza la campaña (26 de Abril a las 24h), en tercer lugar se calculará la diferencia para comprobar la popularidad y justificar cuál ha sido el candidato que ha obtenido más seguidores nuevos durante toda la campaña electoral en twitter.

Dentro de la parte del análisis cualitativo, en primer lugar se valorará la interfaz twitter de cada líder político en sus cuentas, es decir el aspecto público que presentan ambos candidatos en esta red social concreta, para ello se llevará a cabo una observación exhaustiva de la descripción de sus perfiles, la foto de perfil que muestra cada candidato, también la imagen de fondo seleccionada y cualquier otra información interesante que se observe en la interfaz de cada cuenta twitter, en segundo lugar se estudiarán los contenidos, discursos, tonos de comunicación y las actitudes que muestren ambos participantes en sus publicaciones o tweets para comprobar los temas de debate que más utiliza cada líder político de cara a la gran cita electoral. En tercer lugar, se analizarán los

hashtags utilizados para comprobar al asunto que hacen referencia. Por último, se comprobarán los formatos que utilizan los participantes a la hora de publicar un tweet, observando si utilizan videos, imágenes y enlaces, analizando la función que tienen estos tipos de formatos en el discurso cuando los políticos deciden utilizarlos.

La recogida de datos se producirá de forma diaria durante los 15 días que durará la campaña electoral, y además se llevará a cabo a las 12 de la noche, para disponer de una marca de referencia y así comprobar todos los tweets de cada candidato generados en un día. Posteriormente se añadirán todos los datos recogidos en un documento Excel donde aparecerán las cantidades y las valoraciones pertinentes de forma clasificada para finalmente comparar a ambos candidatos y llegar a unas conclusiones, ya que este estudio debe alcanzar una perspectiva comparada entre ambos políticos.

En cuanto a las interacciones de las publicaciones, es decir, el número de likes, el número de retweets y los comentarios que tengan los tweets publicados por los candidatos no serán nunca objeto de estudio en esta investigación, ya que está comprobado que el candidato que tenga en su cuenta twitter más seguidores es mucho más probable que sus tweets tengan más interacciones al tener más posibilidades de que el tweet se redirija mediante sus seguidores, en este sentido, Pedro Sánchez al tener más seguidores inicialmente, es más probable que obtenga más interacciones al final.

Por último, se hará especial referencia a los resultados electorales del 28 de Abril, en los cuales se observará cual ha sido el candidato que ha obtenido mejores resultados, es decir, mayor número de votos y de escaños, además de los nuevos seguidores en twitter que haya obtenido durante la campaña, para comprobar cuál es el candidato que ha utilizado los recursos de twitter de forma más eficaz, y si se aceptan, o si por el contrario se rechazan algunas de las hipótesis planteadas al inicio de esta investigación.

**Objeto de estudio:** Relación de cuentas twitter durante la campaña electoral para las elecciones del 28 de Abril 2.019.

Candidato	Partido Político	Dirección en Twitter
Pedro Sánchez Pérez-Castejón	Partido Socialista Obrero Español	<a href="https://twitter.com/sanchezcastejon">https://twitter.com/sanchezcastejon</a>
Pablo Casado Blanco	Partido Popular	<a href="https://twitter.com/pablocasado">https://twitter.com/pablocasado</a>

## 6. RESULTADOS

### 6.1 Resultados análisis datos cuantitativos:

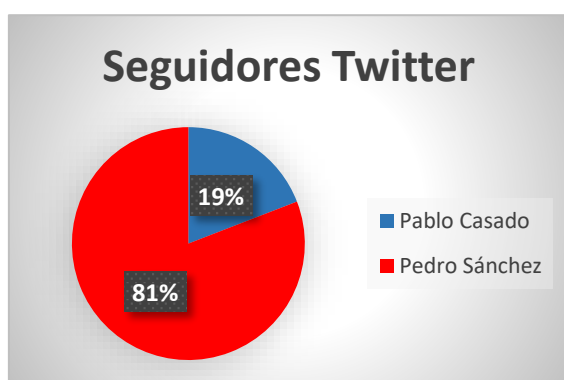
Tabla para comprobar el candidato más popular durante la campaña electoral midiendo la evolución del número de los seguidores en twitter.

Candidatos	Pedro Sánchez (PSOE)	Pablo Casado (PP)
Seguidores al comenzar la campaña	997.900	228.313
Seguidores al finalizar la campaña	1.012.635	239.493
Nuevos seguidores durante la campaña	<b>14.735</b>	<b>11.180</b>

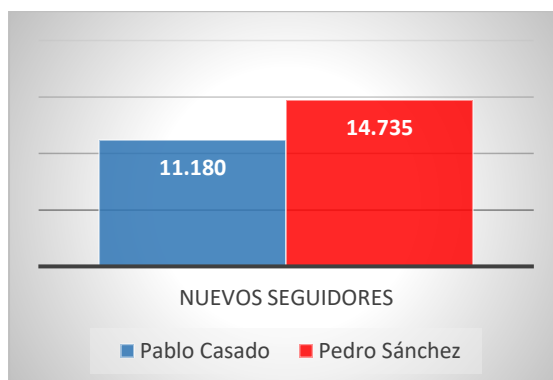
Fuente: Elaboración propia.

Candidato más popular	Pedro Sánchez (PSOE)	<b>+14.735</b> nuevos seguidores
Candidato menos popular	Pablo Casado (PP)	<b>+11.180</b> nuevos seguidores

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

En primer lugar, observamos como el candidato del Partido Socialista Pedro Sánchez comienza la campaña electoral, el día 12 de Abril con más seguidores que el candidato del partido popular, Pablo Casado, la diferencia es grande ya que Pedro Sánchez comienza con 997.900 seguidores y Pablo Casado con solo 228.313 seguidores, más del tripe de seguidores como muestra el primer gráfico. Pedro Sánchez finaliza la campaña con 1.012.635 seguidores sobrepasando el millón de seguidores en twitter, mientras que Pablo Casado finaliza con 239.493 seguidores. Pedro Sánchez es el candidato más popular de la campaña con 14.735 seguidores más respecto al día que comenzó la campaña, por el contrario Pablo Casado es el candidato menos popular de la campaña con 11.180 seguidores más respecto al día que comenzó la campaña. Por último,

señalar que la diferencia de nuevos seguidores durante la campaña entre el candidato del PSOE y del PP son 3.555 seguidores. A continuación las capturas de pantalla de ambos perfiles twitter, las cuales se tienen en cuenta para contabilizar el número de seguidores al comienzo y al finalizar la campaña electoral:

ANTES (12 de Abril)	DESPUES (26 de Abril)	ANTES (12 de Abril)	DESPUES (26 de Abril)
			

Tablas para comprobar la frecuencia de uso, la cantidad de tweets totales, escritos, retweets, retweets con comentario, tweets con mención, hashtags y los formatos más utilizados en twitter por ambos candidatos:

<b>Comportamiento Pedro Sánchez en twitter 12/04/2019</b>	<b>Nº</b>
Total tweets visualizados en su perfil durante el día	5
Retweets	2
Retweets con comentario de Pedro Sánchez	0
Tweets escritos por Pedro Sánchez	3
Tweets que utiliza mención	3
Hashtags utilizados	8
Enlaces a otras páginas web relacionadas	1
Videos	2
Imágenes	1

<b>Comportamiento Pedro Sánchez en twitter 13/04/2019</b>	<b>Nº</b>
Total tweets visualizados en su perfil durante el día	8
Retweets	3
Retweets con comentario de Pedro Sánchez	0
Tweets escritos por Pedro Sánchez	5
Tweets que utiliza mención	3
Hashtags utilizados	11

Enlaces a otras páginas web relacionadas	3
Videos	2
Imágenes	2

<b>Comportamiento Pedro Sánchez en twitter 14/04/2019</b>	<b>Nº</b>
Total tweets visualizados en su perfil durante el día	8
Retweets	2
Retweets con comentario de Pedro Sánchez	0
Tweets escritos por Pedro Sánchez	6
Tweets que utiliza mención	3
Hashtags utilizados	11
Enlaces a otras páginas web relacionadas	2
Videos	3
Imágenes	2

<b>Comportamiento Pedro Sánchez en twitter 15/04/2019</b>	<b>Nº</b>
Total tweets visualizados en su perfil durante el día	13
Retweets	2
Retweets con comentario de Pedro Sánchez	2
Tweets escritos por Pedro Sánchez	9
Tweets que utiliza mención	3
Hashtags utilizados	19
Enlaces a otras páginas web relacionadas	1
Videos	4
Imágenes	5

<b>Comportamiento Pedro Sánchez en twitter 16/04/2019</b>	<b>Nº</b>
Total tweets visualizados en su perfil durante el día	13
Retweets	5
Retweets con comentario de Pedro Sánchez	0
Tweets escritos por Pedro Sánchez	8
Tweets que utiliza mención	5

Hashtags utilizados	19
Enlaces a otras páginas web relacionadas	4
Videos	3
Imágenes	4

<b>Comportamiento Pedro Sánchez en twitter 17/04/2019</b>	<b>Nº</b>
Total tweets visualizados en su perfil durante el día	9
Retweets	2
Retweets con comentario de Pedro Sánchez	0
Tweets escritos por Pedro Sánchez	7
Tweets que utiliza mención	5
Hashtags utilizados	13
Enlaces a otras páginas web relacionadas	2
Videos	2
Imágenes	4

<b>Comportamiento Pedro Sánchez en twitter 18/04/2019</b>	<b>Nº</b>
Total tweets visualizados en su perfil durante el día	10
Retweets	3
Retweets con comentario de Pedro Sánchez	1
Tweets escritos por Pedro Sánchez	6
Tweets que utiliza mención	5
Hashtags utilizados	15
Enlaces a otras páginas web relacionadas	1
Videos	2
Imágenes	7

<b>Comportamiento Pedro Sánchez en twitter 19/04/2019</b>	<b>Nº</b>
Total tweets visualizados en su perfil durante el día	9
Retweets	0
Retweets con comentario de Pedro Sánchez	0
Tweets escritos por Pedro Sánchez	9



Tweets que utiliza mención	5
Hashtags utilizados	21
Enlaces a otras páginas web relacionadas	2
Videos	4
Imágenes	11

<b>Comportamiento Pedro Sánchez en twitter 20/04/2019</b>	<b>Nº</b>
Total tweets visualizados en su perfil durante el día	8
Retweets	0
Retweets con comentario de Pedro Sánchez	0
Tweets escritos por Pedro Sánchez	8
Tweets que utiliza mención	3
Hashtags utilizados	22
Enlaces a otras páginas web relacionadas	2
Videos	4
Imágenes	1

<b>Comportamiento Pedro Sánchez en twitter 21/04/2019</b>	<b>Nº</b>
Total tweets visualizados en su perfil durante el día	4
Retweets	3
Retweets con comentario de Pedro Sánchez	0
Tweets escritos por Pedro Sánchez	1
Tweets que utiliza mención	1
Hashtags utilizados	0
Enlaces a otras páginas web relacionadas	1
Videos	0
Imágenes	0

<b>Comportamiento Pedro Sánchez en twitter 22/04/2019</b>	<b>Nº</b>
Total tweets visualizados en su perfil durante el día	16
Retweets	7
Retweets con comentario de Pedro Sánchez	2
Tweets escritos por Pedro Sánchez	7

Tweets que utiliza mención	4
Hashtags utilizados	14
Enlaces a otras páginas web relacionadas	1
Videos	4
Imágenes	2

<b>Comportamiento Pedro Sánchez en twitter 23/04/2019</b>	<b>Nº</b>
Total tweets visualizados en su perfil durante el día	12
Retweets	5
Retweets con comentario de Pedro Sánchez	0
Tweets escritos por Pedro Sánchez	7
Tweets que utiliza mención	3
Hashtags utilizados	13
Enlaces a otras páginas web relacionadas	0
Videos	4
Imágenes	2

<b>Comportamiento Pedro Sánchez en twitter 24/04/2019</b>	<b>Nº</b>
Total tweets visualizados en su perfil durante el día	10
Retweets	0
Retweets con comentario de Pedro Sánchez	2
Tweets escritos por Pedro Sánchez	8
Tweets que utiliza mención	5
Hashtags utilizados	24
Enlaces a otras páginas web relacionadas	2
Videos	5
Imágenes	2

<b>Comportamiento Pedro Sánchez en twitter 25/04/2019</b>	<b>Nº</b>
Total tweets visualizados en su perfil durante el día	17
Retweets	0
Retweets con comentario de Pedro Sánchez	4
Tweets escritos por Pedro Sánchez	13

Tweets que utiliza mención	11
Hashtags utilizados	34
Enlaces a otras páginas web relacionadas	7
Videos	5
Imágenes	10

<b>Comportamiento Pedro Sánchez en twitter 26/04/2019</b>	<b>Nº</b>
Total tweets visualizados en su perfil durante el día	17
Retweets	4
Retweets con comentario de Pedro Sánchez	1
Tweets escritos por Pedro Sánchez	12
Tweets que utiliza mención	9
Hashtags utilizados	31
Enlaces a otras páginas web relacionadas	3
Videos	8
Imágenes	5

<b>Comportamiento Pablo Casado en twitter 12/04/2019</b>	<b>Nº</b>
Total tweets visualizados en su perfil durante el día	21
Retweets	10
Retweets con comentario de Pablo Casado	0
Tweets escritos por Pablo Casado	11
Tweets que utiliza mención	0
Hashtags utilizados	17
Enlaces a otras páginas web relacionadas	0
Videos	8
Imágenes	3

<b>Comportamiento Pablo Casado en twitter 13/04/2019</b>	<b>Nº</b>
Total tweets visualizados en su perfil durante el día	11
Retweets	5

Retweets con comentario de Pablo Casado	0
Tweets escritos por Pablo Casado	6
Tweets que utiliza mención	1
Hashtags utilizados	4
Enlaces a otras páginas web relacionadas	0
Videos	2
Imágenes	6

<b>Comportamiento Pablo Casado en twitter 14/04/2019</b>	<b>Nº</b>
Total tweets visualizados en su perfil durante el día	11
Retweets	4
Retweets con comentario de Pablo Casado	0
Tweets escritos por Pablo Casado	7
Tweets que utiliza mención	3
Hashtags utilizados	7
Enlaces a otras páginas web relacionadas	0
Videos	5
Imágenes	2

<b>Comportamiento Pablo Casado en twitter 15/04/2019</b>	<b>Nº</b>
Total tweets visualizados en su perfil durante el día	17
Retweets	8
Retweets con comentario de Pablo Casado	0
Tweets escritos por Pablo Casado	9
Tweets que utiliza mención	1
Hashtags utilizados	8
Enlaces a otras páginas web relacionadas	0
Videos	8
Imágenes	4

<b>Comportamiento Pablo Casado en twitter 16/04/2019</b>	<b>Nº</b>
Total tweets visualizados en su perfil durante el día	23
Retweets	13

Retweets con comentario de Pablo Casado	0
Tweets escritos por Pablo Casado	10
Tweets que utiliza mención	3
Hashtags utilizados	7
Enlaces a otras páginas web relacionadas	1
Videos	7
Imágenes	2

<b>Comportamiento Pablo Casado en twitter 17/04/2019</b>	<b>Nº</b>
Total tweets visualizados en su perfil durante el día	16
Retweets	8
Retweets con comentario de Pablo Casado	0
Tweets escritos por Pablo Casado	8
Tweets que utiliza mención	0
Hashtags utilizados	7
Enlaces a otras páginas web relacionadas	1
Videos	7
Imágenes	0

<b>Comportamiento Pablo Casado en twitter 18/04/2019</b>	<b>Nº</b>
Total tweets visualizados en su perfil durante el día	10
Retweets	4
Retweets con comentario de Pablo Casado	0
Tweets escritos por Pablo Casado	6
Tweets que utiliza mención	0
Hashtags utilizados	0
Enlaces a otras páginas web relacionadas	0
Videos	6
Imágenes	0

<b>Comportamiento Pablo Casado en twitter 19/04/2019</b>	<b>Nº</b>
Total tweets visualizados en su perfil durante el día	10
Retweets	5

Retweets con comentario de Pablo Casado	0
Tweets escritos por Pablo Casado	5
Tweets que utiliza mención	1
Hashtags utilizados	1
Enlaces a otras páginas web relacionadas	0
Videos	4
Imágenes	1

<b>Comportamiento Pablo Casado en twitter 20/04/2019</b>	<b>Nº</b>
Total tweets visualizados en su perfil durante el día	12
Retweets	6
Retweets con comentario de Pablo Casado	0
Tweets escritos por Pablo Casado	6
Tweets que utiliza mención	0
Hashtags utilizados	7
Enlaces a otras páginas web relacionadas	0
Videos	6
Imágenes	0

<b>Comportamiento Pablo Casado en twitter 21/04/2019</b>	<b>Nº</b>
Total tweets visualizados en su perfil durante el día	11
Retweets	4
Retweets con comentario de Pablo Casado	0
Tweets escritos por Pablo Casado	7
Tweets que utiliza mención	1
Hashtags utilizados	3
Enlaces a otras páginas web relacionadas	1
Videos	3
Imágenes	1

<b>Comportamiento Pablo Casado en twitter 22/04/2019</b>	<b>Nº</b>
Total tweets visualizados en su perfil durante el día	19
Retweets	14

Retweets con comentario de Pablo Casado	1
Tweets escritos por Pablo Casado	4
Tweets que utiliza mención	0
Hashtags utilizados	4
Enlaces a otras páginas web relacionadas	1
Videos	3
Imágenes	0

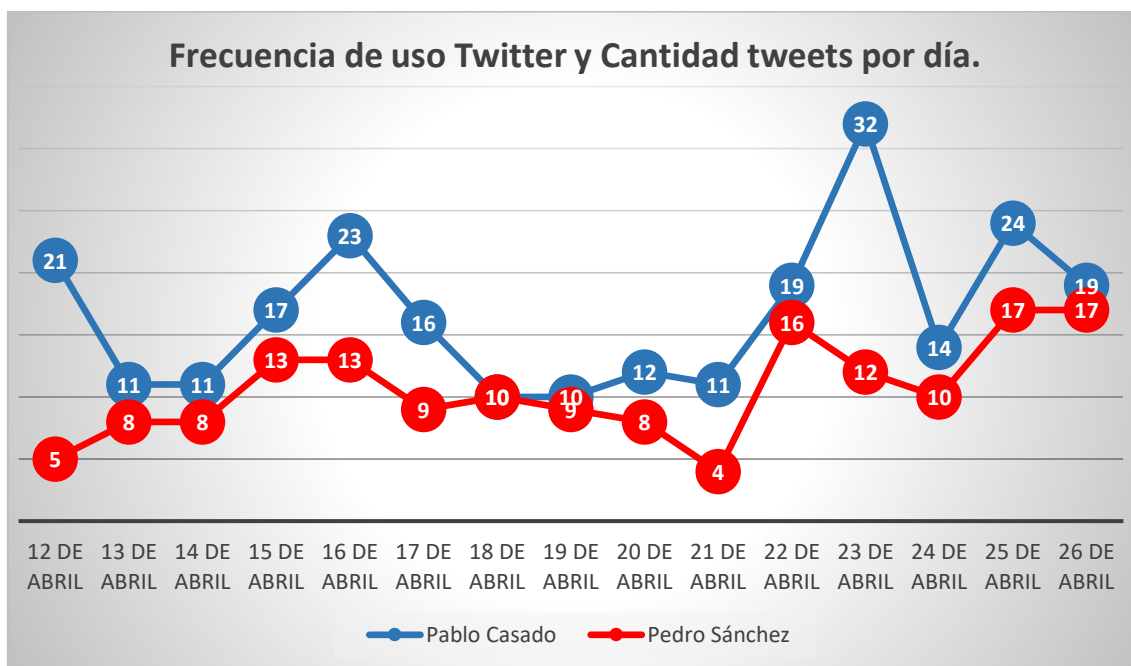
<b>Comportamiento Pablo Casado en twitter 23/04/2019</b>	<b>Nº</b>
Total tweets visualizados en su perfil durante el día	32
Retweets	26
Retweets con comentario de Pablo Casado	2
Tweets escritos por Pablo Casado	4
Tweets que utiliza mención	0
Hashtags utilizados	8
Enlaces a otras páginas web relacionadas	0
Videos	3
Imágenes	4

<b>Comportamiento Pablo Casado en twitter 24/04/2019</b>	<b>Nº</b>
Total tweets visualizados en su perfil durante el día	14
Retweets	8
Retweets con comentario de Pablo Casado	0
Tweets escritos por Pablo Casado	6
Tweets que utiliza mención	2
Hashtags utilizados	3
Enlaces a otras páginas web relacionadas	1
Videos	2
Imágenes	3

<b>Comportamiento Pablo Casado en twitter 25/04/2019</b>	<b>Nº</b>
Total tweets visualizados en su perfil durante el día	24
Retweets	15

Retweets con comentario de Pablo Casado	1
Tweets escritos por Pablo Casado	8
Tweets que utiliza mención	4
Hashtags utilizados	9
Enlaces a otras páginas web relacionadas	0
Videos	6
Imágenes	2

Comportamiento Pablo Casado en twitter 26/04/2019	Nº
Total tweets visualizados en su perfil durante el día	19
Retweets	11
Retweets con comentario de Pablo Casado	0
Tweets escritos por Pablo Casado	8
Tweets que utiliza mención	1
Hashtags utilizados	10
Enlaces a otras páginas web relacionadas	0
Videos	6
Imágenes	5



Fuente: Elaboración propia.



### **Relación del diario de campaña elaborado por RTVE con la frecuencia de uso y el tráfico de tweets:**

Ambos candidatos han utilizado twitter durante todos los días de la campaña electoral. Pablo Casado es el candidato que más tweets ha utilizado en su perfil durante todos los días de campaña. Pedro Sánchez es el candidato que menos tweets ha utilizado en su perfil durante todos los días de campaña. El día de la campaña electoral que más tweets ha utilizado Pablo Casado en su perfil ha sido el día 23 de Abril con nada más y nada menos que 32 tweets, coincidiendo con el día que se celebra el debate decisivo a cuatro en Atresmedia. El día de la campaña electoral que más tweets ha utilizado Pedro Sánchez en su perfil han sido los días 25 y 26 de Abril con 17 tweets, coincidiendo con su entrevista en Los Desayunos de TVE y el final de la campaña electoral respectivamente, en el que Pedro Sánchez celebró su último mitin en el parque central de Valencia ante más de 6.000 personas congregadas. El día de la campaña electoral que menos tweets ha utilizado Pablo Casado en su perfil han sido los días 18 y 19 de Abril con solo 10 tweets, coincidiendo con los días en el que RTVE propone el debate a cuatro candidatos para el día 22 de Abril, y también con el día en el que Pablo Casado se compromete en Extremadura con el entorno rural y el Ave. El día de la campaña electoral que menos tweets ha utilizado Pedro Sánchez en su perfil twitter ha sido el día 21 de Abril con tan solo 4 tweets, coincidiendo con el día de preparación de los debates que se celebran, al día siguiente primero en RTVE y un día después en Atresmedia. Además el 21 de Abril se publica en el diario de campaña elaborado por RTVE que Pedro Sánchez lidera las últimas encuestas realizadas en diferentes medios y Pablo Casado pide no votar a Ciudadanos y a Vox para apelar al voto útil en un mitin en Toledo celebrado un domingo para impedir la victoria de Pedro Sánchez.

Pedro Sánchez ha ido utilizando cada vez más twitter durante la campaña, el gráfico muestra perfectamente como el candidato socialista ha ido creciendo en su uso de menos a más, empezando la campaña con solo 5 tweets visualizados en su perfil y terminando los dos últimos días con 17 tweets visualizados en su perfil twitter. En cambio, el candidato del Partido Popular Pablo Casado comenzó la campaña con muchas ganas, con energía twitteando 21 veces en su perfil y finalizando la campaña con 19 tweets. También podemos observar en el gráfico como la línea que contabiliza los tweets de Pablo Casado durante toda la campaña electoral es más irregular que la de Pedro Sánchez, produciéndose más picos y cambios bruscos en la utilización de esta red social.

**Tweets totales durante toda la campaña electoral en twitter.**

**(Desde el 12 a las 00:00h hasta el 26 a las 24:00h).**

<b>TWEETS TOTALES DURANTE LA CAMPAÑA DE PEDRO SÁNCHEZ</b>	<b>Nº</b>
Total tweets visualizados en su perfil durante toda la campaña	159
Total Retweets por Pedro Sánchez	38
Total Retweets con comentario de Pedro Sánchez	12
Total Tweets escritos por Pedro Sánchez	109
Total Tweets que utiliza mención	68
Total Hashtags utilizados	255
Total Enlaces a otras páginas web relacionadas	32
Total Videos utilizados	52
Total Imágenes utilizadas	58

Fuente: Elaboración propia.

<b>TWEETS TOTALES DURANTE LA CAMPAÑA DE PABLO CASADO</b>	<b>Nº</b>
Total tweets visualizados en su perfil durante toda la campaña	250
Total Retweets por Pablo Casado	141
Total Retweets con comentario de Pablo Casado	4
Total Tweets escritos por Pablo Casado	105
Total Tweets que utiliza mención	17
Total Hashtags utilizados	95
Total Enlaces a otras páginas web relacionadas	5
Total Videos utilizados	76
Total Imágenes utilizadas	33

Fuente: Elaboración propia.

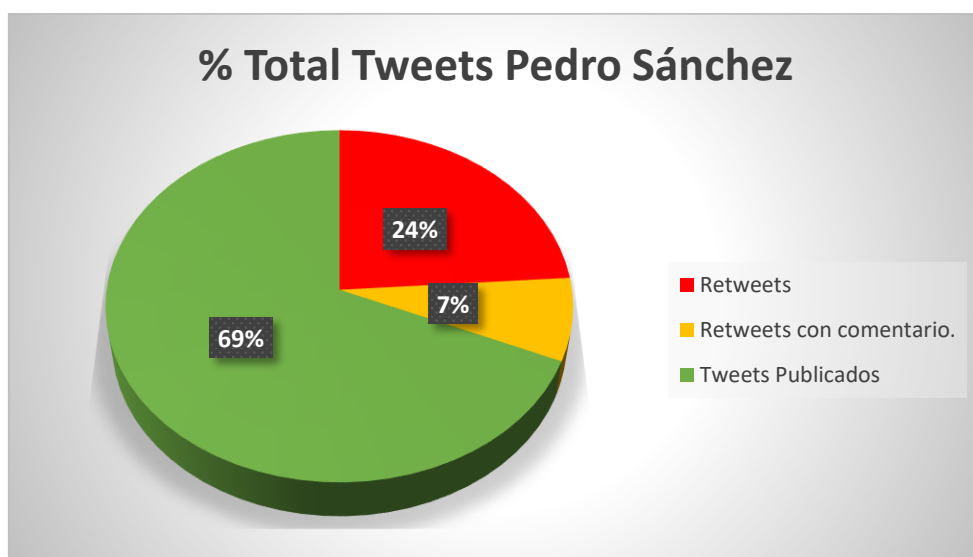
En el perfil de Pablo Casado se visualizan más tweets que en el perfil de Pedro Sánchez durante toda la campaña electoral, con un total de 250 tweets, frente a los 159 tweets del candidato socialista, 91 tweets de diferencia entre ambos candidatos.

Pablo Casado es el candidato con mayor número de Retweets en su perfil, 141 frente a solo los 38 Retweets del candidato socialista Pedro Sánchez, 103 Retweets de diferencia

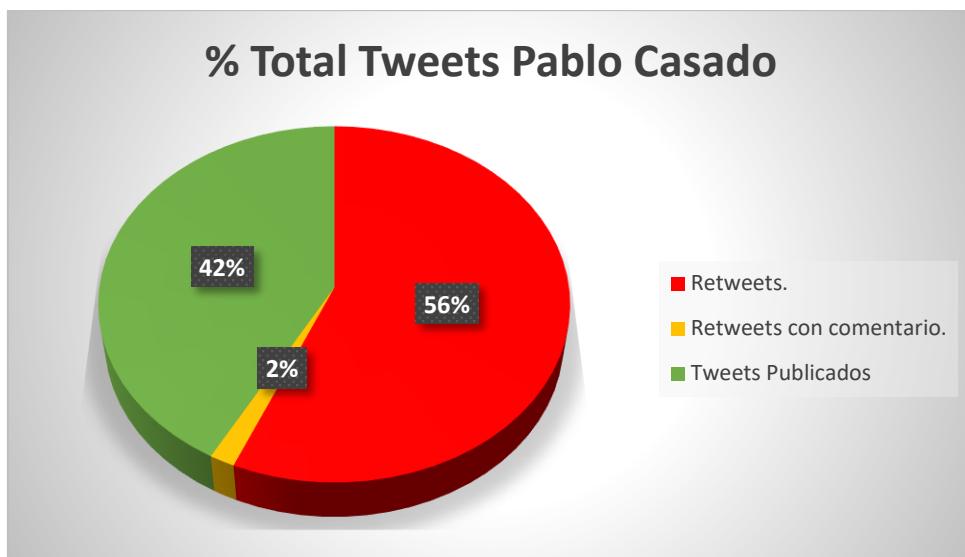
entre ambos candidatos. Sin embargo Pedro Sánchez es el candidato que más utiliza la opción Retweet con comentario con 12 veces, frente a tan solo 4 veces del candidato del partido popular Pablo Casado, 8 Retweets con comentario de diferencia entre ambos candidatos a la presidencia del gobierno. Además, Pedro Sánchez ha sido el político que más veces ha decidido publicar un tweet con un total de 109 veces, siguiéndole muy de cerca Pablo Casado con 105 publicaciones de tweets, solo 4 tweets publicados entre ambos candidatos de diferencia.

También Pedro Sánchez ha sido el candidato que más utiliza la opción de mención (@) a la hora de publicar un tweet, con 68 tweets en los que utiliza la mención frente a los 17 tweets del candidato del Partido popular. A la hora de utilizar hashtags también gana Pedro Sánchez a Pablo Casado. El representante político socialista ha utilizado un total de 255 hashtags, mientras que el representante del partido popular ha utilizado un total de 95 hashtags.

En cuanto a los Formatos utilizados; Pedro Sánchez ha sido el candidato que más ha decidido utilizar enlaces a otras páginas web relacionadas con 32 frente a los 5 de Pablo Casado. Sin embargo, Pablo Casado es el que más videos ha utilizado con un total de 76 videos frente a los 52 de Pedro Sánchez. Por último, Pedro Sánchez ha sido el candidato que más imágenes ha utilizado con un total de 58 frente a las 33 imágenes que ha utilizado el candidato Pablo Casado.



Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

En las dos descripciones gráficas anteriores se muestra el porcentaje total de los tweets de ambos candidatos a la presidencia del gobierno. A través de ellas podemos comprobar como el total de los tweets que se han visualizado en cada uno de los perfiles twitter, se dividen en tres partes; 1) Retweets, 2) Retweets con comentario, y 3) Tweets Publicados.

Podemos observar como el 69 % de los tweets del candidato socialista Pedro Sánchez son tweets publicados por él mismo. El 24 % del total de sus tweets son Retweets. Y solo el 7 % del total de sus tweets son Retweets con comentario.

Todo cambia al analizar los porcentajes del candidato del partido popular Pablo Casado a la presidencia del gobierno, ya que el 56 % del total de los tweets son Retweets, el 42% son tweets publicados por él mismo, y tan solo el 2 % son Retweets con comentario.

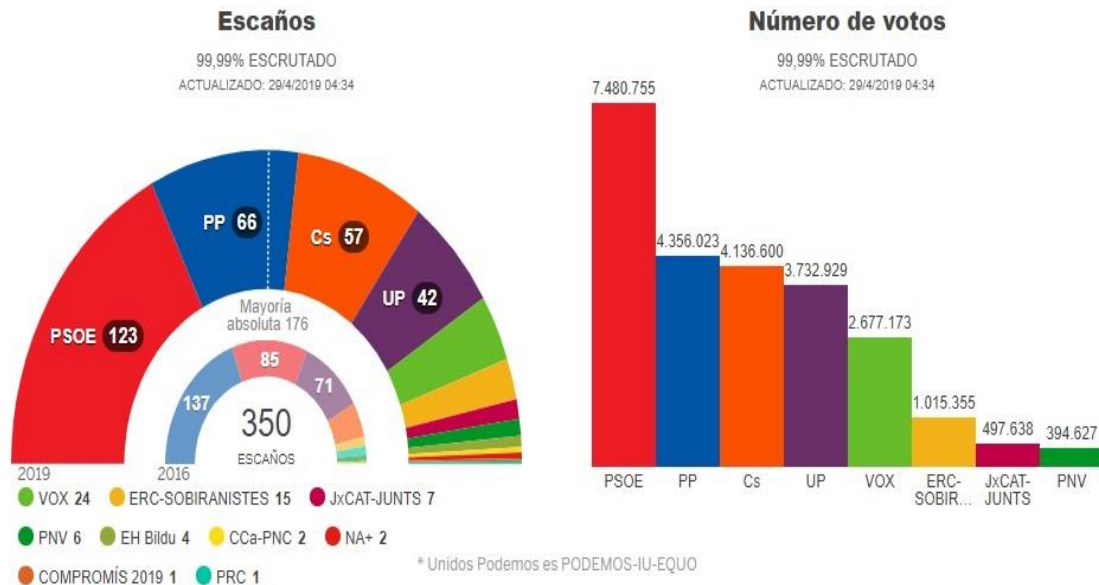
## Resultados elecciones generales, Domingo 28 de Abril del 2019.

### TOTAL ESPAÑA

Comunidad ▼

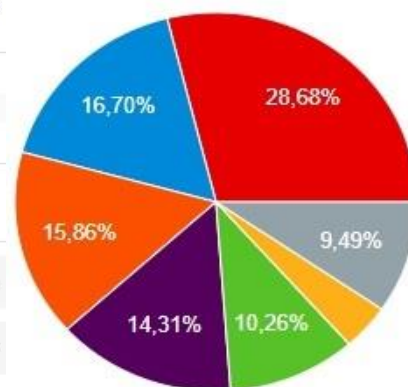
Provincia ▼

Buscar municipio 🔍



Fuente: Periódico digital ElPaís.com

**El candidato Pedro Sánchez por el Partido Socialista Obrero Español gana las elecciones del 28 de Abril** con una gran diferencia respecto al segundo Pablo Casado candidato del Partido Popular. El PSOE consigue 7.480.755 votos que equivale a 123 escaños en el congreso de los diputados mejorando su resultado respecto a 2016, mientras que el PP consigue 4.356.023 votos que equivale a 66 diputados en el congreso empeorando su resultado electoral respecto a 2016 que entonces fue la primera fuerza más votada.



Fuente: Periódico digital ABC.es

En estas elecciones del 28 de Abril del 2019 ha habido muy buena participación con un 75,75% que se traduce en 34.802.222 votantes. PSOE con Pedro Sánchez de candidato ha sido el partido más votado con un 28,68% de los votos y obteniendo 123 escaños. PP con Pablo Casado de candidato ha sido el segundo partido más votado con un 16,70% de los votos y obteniendo 66 escaños, más de 10 puntos por debajo de Pedro Sánchez.

Ciudadanos con Albert Rivera de candidato ha sido el tercer partido más votado y sigue muy de cerca al candidato del PP y líder de la oposición, con un 15,86% de los votos y obteniendo 57 escaños, mejorando así el resultado del 2016, en el que han conseguido adelantar a la formación morada de Podemos. Unidas Podemos con Pablo Iglesias de candidato ha sido el cuarto partido más votado con un 14,31% de los votos y obteniendo 42 escaños. En quinto lugar, aparece Vox que obtiene representación por primera vez en el congreso de los diputados con un 10,26% de los votos y consiguiendo 24 escaños. El resto de fuerzas independientes suman el 10,1% de los votos.

Se reparten en total 350 escaños en el congreso de los diputados, situándose la mayoría absoluta en 176 diputados para poder gobernar el país. Por lo tanto, los pactos y acuerdos entre partidos serán fundamentales e imprescindibles para formar gobierno o garantizar la gobernabilidad. Lo que parece claro es que **Pedro Sánchez será el presidente del gobierno y el PSOE gobernará España con el apoyo de otras organizaciones políticas.**



Fuente: Periódico digital ElPaís.com

Existe un posible bloque de centro izquierda formado por PSOE y Ciudadanos que sumarian la mayoría absoluta. También existe un posible bloque de izquierdas formado por PSOE Y UP a las que se podrían sumar otras fuerzas independentistas como ERC para sumar mayoría absoluta. También PNV podría sumar su apoyo sin ser de izquierdas, y también otras formaciones no independentistas. Por último, existe un posible bloque de centro derecha formado por PP, CS y VOX que no alcanzarían la mayoría absoluta.

## 6.2 Resultados análisis datos cualitativos:

### 6.2.1 Análisis de la interfaz twitter de los perfiles de Pedro Sánchez y Pablo Casado el día 15/04/2019, en plena campaña electoral.



En primer lugar analizamos la imagen que ha utilizado Pedro Sánchez para establecer en su fondo del perfil twitter durante gran parte de la campaña electoral. Observamos que ha utilizado un tono de color gris de fondo que ocupa gran parte de la imagen de fondo. Encima del color gris de fondo observamos cuatro líneas de texto. El tipo de letra utilizado, señalar que se encuentra todo escrito en mayúscula, el texto en negrita, en diferentes tamaños y en color rojo en referencia al color corporativo y tradicional del Partido Socialista Obrero Español. En cuanto al contenido del texto de la imagen de fondo podemos comprobar que se basan en los eslóganes que ha decidido el PSOE utilizar para la campaña electoral a las elecciones del 28 de Abril del 2019. En la



parte superior se muestra escrito “LA ESPAÑA QUE QUIERES”, junto a una raya y una expresión icónica representando un corazón, algo importante porque no existen más expresiones icónicas en toda la imagen de fondo de su perfil. Posteriormente se encuentra escrito “HAZ QUE PASE” de mayor tamaño que la frase anterior, y justo debajo observamos la frase final de cierre “VOTA PSOE”, ocupando dos alturas dando más importancia al texto “PSOE”, ya que se encuentra escrito en negrita. La Jerarquía de importancia que han decidido dar según el tamaño del texto es la siguiente; HAZ QUE PASE > VOTA PSOE > LA ESPAÑA QUE QUIERES/.

En segundo lugar analizamos la imagen de perfil que ha tenido puesta durante la campaña electoral el candidato del partido socialista a la presidencia del gobierno Pedro Sánchez. Observamos que se trata de una fotografía de tipo primer plano o primerísimo plano de su cara mostrando una media sonrisa un tanto picara. Además observamos que su foto de perfil posee un filtro en blanco y negro, con un tono gris en perfecta armonía con la primera imagen que hemos analizado correspondiente a su imagen de fondo. Aspecto importante de utilizar su imagen de perfil en blanco y negro, ya que toma cierta coherencia con su discurso utilizado en los tweets de Pedro Sánchez que analizaremos más adelante, en los cuales se manifiesta y pone a debate Futuro frente a Pasado, representando a las diferentes opciones de voto y eligiendo el futuro para expresar al público lo que representa el proyecto progresista del PSOE para el país. La imagen en blanco y negro de su perfil que ha tenido durante gran parte de la campaña electoral, contrasta con la imagen en color con la que ha acabado la campaña, ya que la foto se ha ido convirtiendo intencionadamente en una fotografía en color, ofreciendo la sensación de que se ha desbloqueado su presencia e intentar comunicar a la ciudadanía que el PSOE con Pedro Sánchez a la cabeza de lista, es el único partido que garantiza el futuro y el progreso para el país. La imagen actual de Pedro Sánchez es justamente la misma que ha tenido durante la campaña electoral, pero con la principal diferencia de la incorporación del color en lugar del blanco y negro. A continuación observamos una captura de pantalla en la que se comprueba como al finalizar la campaña ya aparece su foto de perfil twitter en color, por lo tanto su interfaz evoluciona durante la campaña, algo creativo que se diferencia del resto de candidatos, incluido el de Pablo Casado que analizaremos también.





En tercer lugar, analizamos el contenido de la biografía de Pedro Sánchez en twitter. Su nombre de usuario está compuesto por su nombre Pedro y su primer apellido Sánchez obviando su segundo apellido, aunque sí que aparece después como nombre de cuenta @sanchezcastejon obviando esta vez su nombre. En su biografía podemos observar que se autodefine de la siguiente manera “Presidente del gobierno de #España. Padre. Secretario Gral del @PSOE. Trabajamos por instituciones dignas, la igualdad y la justicia”. Además hace alusión a su eslogan de campaña incorporándolo en su biografía; “#HazQuePase/ (icono corazón)”. A continuación aparece el enlace “lamoncloa.gob.es” que redirige a la página oficial de la Moncloa correspondiente al gobierno de España. Por último aparece el mes y el año cuando decidió el candidato socialista a hacerse una cuenta y unirse al mundo twitter por primera vez, “agosto del 2009”. Los aspectos importantes que observamos en su biografía de su perfil twitter es que incorpora diferentes recursos especiales de esta red social concreta, como es el hashtag, la mención, y el enlace, e incluso se atreve a poner el icono de un corazón y hasta abreviar una palabra, transmitiendo la sensación de modernidad, que se encuentra perfectamente familiarizado con esta red social y demostrando que por supuesto puede ser un presidente del gobierno que domina perfectamente las nuevas tecnologías. En cuanto al tema del contenido a lo largo de toda su biografía y me atrevería a decir también de toda su interfaz twitter, destaca el tema social por encima de todo lo demás.



En primer lugar, analizamos la imagen que ha elegido el candidato Pablo Casado para establecer como fondo en su perfil twitter. Observamos que al igual que el candidato socialista Pedro Sánchez ha elegido el color gris para establecer de fondo de imagen, a esto se le suma el eslogan elegido para la campaña, que incorporando hashtag se denomina “#VALORSEGURO”, este eslogan ocupa dos alturas o líneas, es escrito en mayúscula y en negrita la palabra “Seguro” para darle más importancia. Utiliza el azul como color de la tipografía, en referencia al color corporativo y tradicional del partido conservador en España, el partido popular. A continuación y de izquierda a derecha se observa una fotografía de plano medio corto del joven candidato del partido popular Pablo Casado sonriendo, perfectamente trajeado con corbata y camisa azul, aspecto comunicativo no verbal representando los valores de su partido. Posteriormente observamos en pequeña proporción respecto a los demás elementos de la imagen de fondo y colocado en la parte inferior izquierda, el logo del partido popular, aunque se observa una ligera modificación respecto al logo tradicional y es que a la gaviota de encima de pp se aumenta el tamaño de una de sus alas y además se encuentra con los colores de la bandera de España haciendo referencia a la unidad del país en un contexto actual en el que se cuestiona. En cuanto al contenido, es decir el eslogan de la campaña “#VALORSEGURO” hace referencia a una autodefinición de un valor que se cree que

representa el partido popular, ya que en los momentos difíciles que ha sufrido el país como las crisis económicas más recientes, el equipo que compone el partido popular siempre ha conseguido salir de la mala situación con cierta eficacia, por eso apuestan por este eslogan tan breve, sencillo y claro. Por tanto se muestra similitud con la imagen de fondo del perfil twitter de Pedro Sánchez, ya que ambos utilizan el gris como fondo y además ambos utilizan el color del partido al que representan para el color del eslogan que los dos hacen referencia en este lugar, con la principal diferencia de que Pablo Casado hace referencia a la bandera de España, aparece fotografiado y es mucho más breve a la hora de comunicar el eslogan de campaña.

En segundo lugar, analizamos la foto de perfil del candidato popular, se muestra una fotografía de tipo primer plano muy idéntica a la que se observa de imagen de fondo, sin embargo en esta aparece la bandera de España desenfocada junto a un fondo de la imagen gris, se aprecia perfectamente como la cámara enfoca al candidato, que de nuevo aparece con el mismo traje y sonriendo como la analizada anteriormente, pero algo recortada por cuestiones de la aplicación.

En tercer lugar, analizamos el contenido de la biografía de Pablo Casado en twitter, en este lugar observamos cómo se autodefinen los candidatos, a diferencia de Pedro Sánchez, este decide especificar su nombre completo en su perfil “Pablo Casado Blanco”, seguidamente aparece su nombre de usuario elegido “@pablocasado\_”, más abajo se encuentra el lugar en el cual se autodefinen los candidatos, este candidato expresa lo siguiente; “Candidato a la Presidencia del Gobierno de España. Presidente de @populares”. Muy breve, conservador y sencillo donde no hace referencia al eslogan de campaña, todo lo contrario que la biografía de Pedro Sánchez. Utiliza la mención para mencionar al partido que representa. También adjunta un enlace aprovechando la opción de la plataforma social que redirige a la página oficial del Partido Popular, “pp.es”. Por último aparece el mes y el año cuando se creó la cuenta de su perfil, y se unió al mundo social de twitter, “en marzo de 2012”.

**6.2.2 Análisis cualitativo de todo el contenido generado en los tweets de los perfiles twitter de ambos candidatos, Pedro Sánchez y Pablo Casado durante los 15 días de campaña electoral.**

**Contenido tweets publicados por Pedro Sánchez:**

**12/04/2019:** Discurso breve y conciso; “Frente a la desigualdad, la corrupción, y la confrontación decimos justicia social, limpieza de las instituciones y convivencia”. Utiliza su eslogan de campaña en numerosas ocasiones en forma de hashtag #LaEspañaQueQuieres para el futuro de España.

**13/04/2019:** Habla de más justicia social, más convivencia y más limpieza política para hacer frente a los principales problemas que vive el país. Discurso social a favor de la mujer, sin brecha salarial y que no tengan que decidir entre tener que ser madres y desarrollarse profesionalmente.

**14/04/2019:** Defiende un proyecto continuista que garantice el giro social al país que se ha iniciado durante los últimos 10 meses con el apoyo de Podemos. Discurso positivo sobre la situación económica actual, defendiendo de que se haya subido el SMI a los 900€. Habla del parentesco de los tres partidos de derechas "se parecen como tres gotas de agua" y representan la involución. Defiende que no habrá cordon sanitario frente a la ilusión y esperanza del PSOE.

**15/04/2019:** Habla de un acontecimiento concreto que es el incendio de la catedral de Notre Dame, el candidato lastima la pérdida de patrimonio en una de las catedrales más bellas del mundo. Entrevista en Antena 3 noticias. Habla de tres medidas para sostener el Sistema de Pensiones. También habla de revitalizar sistema nacional dependencia.

**16/04/2019:** Habla sobre la recuperación de los valores que han producido construir nuestra sociedad basados en la unión y fraternidad, frente a los populismos y los extremismos. Celebra su millón de seguidores en twitter agradeciendo a todos los que le acompañan cada día. Votar al PSOE para afrontar la justicia social, la convivencia territorial y la corrupción.

**17/04/2019:** Pide una máxima movilización de la izquierda para garantizar el avance y el futuro del país, Se compromete con las víctimas de la violencia de género modificando el código penal "No es No". Comparte su actividad física en el día de hoy, dedica un tweet a Manuel Alcántara como ejemplo del periodismo y la poesía, Resume su jornada electoral con sus compañeros del PSOE en Islas Baleares.

**18/04/2019:** Aclara contestando a la derecha, que la Junta Electoral Central ha decidido que el formato del debate en Televisión debe ser a 4 y no a 5, no comparte pero acata. "Momento de plantear propuestas y soluciones y no más crispación para que la gente se vea reflejada en las instituciones". "Esto no es como se empieza sino como se acaba, y debe acabar con una victoria rotunda del PSOE, para parar a la derecha y sus tres siglas". Haciendo referencia a VOX, PP Y C'S. Por primera vez se dirige a los independentistas por la posible independencia de Cataluña, afirma que "NO ES NO", que "NUNCA ES NUNCA", por lo tanto no habrá ni referéndum ni independencia, pero si dialogo porque el PSOE apuesta siempre por la convivencia.

**19/04/2019:** Piden una gran movilización de voto para poder gobernar en solitario y hacer posible #LaEspañaQueQuieres. Critica a PP Y Ciudadanos por abrazar a la Ultraderecha de Vox e ir de la mano con ella, en vez de combatirla con argumentos. Futuro frente a la involución de las tres derechas, campaña del miedo. Oportunidades para los jóvenes con sueldos dignos, para que puedan emanciparse en España sin tener que emigrar. Pide el voto para poder Gobernar en solitario y llevar a cabo sus propuestas (progreso, diálogo, tolerancia). Crítico con Ciudadanos y PP por ir con la Ultraderecha. La educación el motor de las transformaciones.

**20/04/2019:** Lucha frente a la violencia de género, defendiendo la actual ley y utiliza la frase en campaña "Ni un paso atrás", habla de dos mujeres asesinadas, una en Olot y otra en Pamplona. Defiende propuestas para mantener el medio ambiente contra el cambio climático mediante un video, Condena los atentados de Sri Lanka. Está en riesgo la igualdad y la convivencia.

**21/04/2019:** Defiende el estado de Bienestar, con una sanidad y educación pública de calidad, y se posiciona como el único partido que garantiza las pensiones dignas. Frente a la corrupción, la desigualdad, los recortes, la crispación y la confrontación territorial de la Derecha, que puede pactar a 3 y gobernar.

**22/04/2019:** Critica a las derechas por obstaculizar el crecimiento y las propuestas sociales que se han llevado a cabo. Si suman después del 28 A harán lo mismo que en Andalucía. Propuestas para mantener y defender el medio ambiente. Habla del cordón sanitario de Ciudadanos al PSOE. También habla de votar al PSOE para frenar a los dos derechas y a la ultraderecha que está ausente. Se muestra como un

ejemplo de derechos, conquistas y libertades. Trabajaran para unir España en su diversidad.

**23/04/2019:** Campaña del miedo, afirma Sánchez que si suman las tres derechas (Vox, PP y Ciudadanos) pactaran por eso pide una movilización masiva hacia el único partido, PSOE, que puede garantizar una estabilidad futura con más justicia social, más igualdad, convivencia y limpieza política. Están muy cerca afirma. Lucha contra la violencia machista, que según dice Sánchez “la derecha es cómplice” reduciendo gastos destinados a este tema y despidiendo a trabajadores. También habla de las falsedades que nutren el discurso de la derecha al no haber pactado con los independentistas. Defiende una moción de censura masiva el 28A frente a la desigualdad, confrontación y corrupción.

**24/04/2019:** Defiende; “una España moderna en la que quepan todos, no solo las 3 derechas que convocaron en Colón. Frenar a la derecha, ganar y gobernar”. Pedro Sánchez habla de una España que mire al Futuro, Europeísta, Tolerante, Sostenible, Feminista, una España para Todos y para Todas. Video publicitario para que la gente no se quede en casa y vaya a votar, "Cuando España cree en España, no hay quien la pare", la evolución para España que supone en todos los sentidos que siga gobernando el PSOE. Habla de una España de mujeres libres, seguras y vivas "PORQUE NO ES UN NO". Mujeres que puedan ser madres y a la vez desarrollarse profesionalmente cobrando lo mismo que los hombres.

**25/04/2019:** Comenta noticias puntuales de violencia machista que ha ocurrido. Lo que pretende la derecha es un menor estado de bienestar social bajando los impuestos a los más ricos. Habla de la división de la derecha con 3 partidos, que no se fían ni de ellos mismos y así no pueden gobernar un país. Sigue con su discurso de avanzar o retroceder, votar al PSOE para asegurar el futuro, y no confiarse, porque la extrema derecha puede entrar fuerte. Pide a la gente joven que vote por su futuro, a las mujeres por la igualdad, y a los mayores por la estabilidad y la certidumbre. Importante que nadie se quede en casa y vaya a votar para que haya una gran movilización, sino otros votaran por ellos.

**26/04/2019:** La España que mire al futuro o la que retroceda 40 años donde la ultraderecha sea clave para formar gobierno. La España donde todos tengamos las mismas oportunidades, y las libertades que consiguieron nuestros padres no se pongan en cuestión. Defiende que en 40 años de democracia, el PSOE es un ejemplo

de derechos, conquistas y libertades en todo el mundo, hay que seguir avanzando. “Votar por el futuro, por la concordia, por la justicia social”. “Frente a la involución 40 años, crispación territorial, y la desigualdad” de la extrema derecha. “El PSOE es el único partido capaz de parar a las 3 derechas”.

**Todos los hashtags que ha utilizado:**

**12/04/2019:** #28A #HazQuePase #VotaPSOE #LaEspañaQueQuieres #Castellón.

**13/04/2019:** #VOTAPSOE #HazQuePase #Tenerife #Canarias #LaPalma.

**14/04/2019:** #España #Ciberseguridad #PlenaInclusio #HazQuePase #VOTAPSOE #LasPalmas #GranCanaria.

**15/04/2019:** #SánchezA3N #España #Finlandia #Europa #HazQuePase #Dependencia #VOTAPSOE #28A #Pensiones #Leganés.

**16/04/2019:** #HazQuePase #Somos1M #VOTAPSOE #LaEspañaQueQuieres #28A #PP #Vigo #Futuro #Gobierno.

**17/04/2019:** #Running #Bondia #FelizJueves #28A #HazQuePase #VOTAPSOE #Mallorca #España #IllesBalears #LaEspañaQueQuieres.

**18/04/2019:** #28A #VOTAPSOE #HazQuePase #FesQuePassi #PedroSanchezEnJELO #Badalona #Lleida #Jelo.

**19/04/2019:** #VOTAPSOE #LaEspañaQueQuieres #28A #Santander #HazQuePase #DonOstia #SanSebastian #Viana #Logroño.

**20/04/2019:** #ViolenciaMachista #ViolenciaDeGenero #NiunPasoAtrás #Olot #VOTAPSOE #HazQuePase #Alicante #SeguirSumant #CambioClimático #LaEspañaQueQuieres.

**21/04/2019:** (No ha utilizado ningún hashtag este día).

**22/04/2019:** #ElDebateRTVE #España #HazQuePase #Feminismo #28A #Pontecesures #DíaDeLaTierra.

**23/04/2019:** #23deAbril #DíaDelLibro #EstamosMuyCerca #28A #ElDebateDecisivo #ViolenciaMachista #DebateAtresmedia.

**24/04/2019:** #LaEspañaQueQuieres #HazQuePase #VotaPSOE #EstamosMuyCerca #28A #Gijón #ViolenciaMachista #NiUnPasoAtrás #Badajoz.

**25/04/2019:** #EstamosMuyCerca #HazQuePase #LosDesayunos #Jaen #Despoblación #VOTAPSOE #LaEspañaQueQuieres #Granada #28A #Barcelona #FesQuePassi.



**26/04/2019:** #LaEspañaQueQuieres #EstamosMuyCerca #VOTAPSOE #Valencia #HazQuePase #Madrid #Toledo #28A #PedroSánchezenlaSER.

**Perfiles twitter a los que ha hecho Retweet:**

**12/04/2019:** La Moncloa, PSOE, y ministro de exteriores Josep Borell.

**13/04/2019:** PSOE, Compañera del partido socialista y ministra de economía Nadia Calviño.

**14/04/2019:** PSOE.

**15/04/2019:** PSOE y La Moncloa.

**16/04/2019:** PSOE y Tv 24h.

**17/04/2019:** PSOE y La Moncloa.

**18/04/2019:** Onda Cero, PSOE y ministra de hacienda socialista María Jesús Montero.

**19/04/2019:** (No ha hecho ningún Retweet este día)

**20/04/2019:** (No ha hecho ningún Retweet este día)

**21/04/2019:** La Vanguardia, PSOE, Josep Borell ministro de asuntos exteriores del PSOE.

**22/04/2019:** PSOE, secretario de organización del partido y ministro de fomento José Luis Ávalos.

**23/04/2019:** Compañera de partido y ministra de economía Nadia Calviño, PSOE.

**24/04/2019:** (No ha hecho ningún Retweet este día)

**25/04/2019:** (No ha hecho ningún Retweet este día)

**26/04/2019:** PSOE.

**Perfiles twitter que ha mencionado:**

**12/04/2019:** Perfil del PSOE, y compañeros de partido que estuvieron en el mitin de Castellón como Ximo Puig, Frans Timmermans, Susana Ros, Amparo Marco Gual.

**13/04/2019:** Perfil twitter del PSOE, compañeros de partido en su mitin en La Palma como; Anselmo Pestana, Sergio Matos Castro, Ángel Victor Torres. También menciona compañeros del Partido Socialista en un mitin en Canarias como; Héctor Gómez, Olivia Delgado.

**14/04/2019:** Perfil twitter del PSOE, Perfil twitter del grupo vocento, Compañeros de partido en Las Palmas como; Chano Franquis, Elena Máñez, Ángel Víctor Torres.



**15/04/2019:** Menciona a Antena 3 noticias, y al ganador socialdemócrata de Finlandia Antti Rinne y a su partido Demarit y alcalde socialista de Leganes Santiago Llorente.

**16/04/2019:** Menciona la cuenta twitter, el perfil del PSOE, Compañeros del PSOE en Vigo, como Gonzalo Caballero y Abel Caballero, y de Ourense menciona a Marina Ortega y Rafa Villarino.

**17/04/2019:** Menciona a La Vanguardia, al PSOE, al POSE Eivissa, y varios compañeros de partido que lo han recibido en su visita a Baleares. Meritxell Balet del PSC.

**18/04/2019:** Menciona al PSOE, Menciona a compañeros de partido en su mitin en Badalona, como Meritxell Balet, Miquel Iceta, Alex Pastor, y tambien a otros compañeros de partido en su mitin en Lleida, como Felix Larrosa y Montse Mínguez. Además al perfil twitter del PSC Lleida.

**19/04/2019:** Menciona al perfil twitter del PSOE, PSOE La Rioja, PSOE Logroño, Ayuntamiento Viana, Compañeros de partido como Concha Adreu, Francisco Ocon, María Chivite, Ernesto Gasco, Pedro Casares, Pablo Zuloaga.

**20/04/2019:** Menciona el perfil del PSOE y cuatro compañeros de partido en un mismo tweet, Ximo Puig, Astronauta Pedro Duque, Ana Barceló Chico y Cesc Sanguino.

**21/04/2019:** Menciona al PSOE y a La Vanguardia.

**22/04/2019:** Perfil RTVE, Perfil PSOE, Perfil de la Embajada Española en la India. Perfil Prensa Ibérica.

**23/04/2019:** Menciona a la cuenta twitter de Atresmedia, Y a la cuenta twitter del PSOE.

**24/04/2019:** Menciona a la líder del PSF Anne Hidalgo, A la armada Española, al PSOE, y tambien a sus compañeros de partido en los mítines de Gijón y Badajoz, (Adriana Lastra, Adrian Barbon, Ana Gonzalez, Guillermo Fernandez Vara, Valentin Garcia, Ricardo Cabezas.

**25/04/2019:** Desayunos TVE, POSE, PSOETetuan, Revista 20 minutos, Compañeros de Partido como Susana Díaz, Paco Reyes, Carlos Hinojosa, Pepe Entrena, Jose Antonio Montilla, Meritxell Balet, Miquel Iceta, Jaume Collboni, y periodista Pepa Bueno.

**26/04/2019:** Perfil twitter del PSOE, Compañeros de partido de los lugares de los mítines, como Xino Puig en Valencia, Jose Manuel Franco en Madrid, Garcia Page en Toledo. Además también menciona algunos de los ministros socialistas, como Abalos y Carmen Calvo.

**Los enlaces web que ha utilizado:**

**12/04/2019:** Youtube donde se retransmite en directo el mitin de Castellón.

**13/04/2019:** El País y dos enlaces a Youtube donde se retransmite en directo los mítines que hace durante el día.

**14/04/2019:** Enlaces al periódico digital hoy.es y al canal de Youtube del PSOE para ver el mitin.

**15/04/2019:** Enlace a un canal de youtube para seguir en directo el mitin de Leganés.

**16/04/2019:** Noticia de un discurso de Pedro Sánchez en el diario.es y pagina web del PSOE donde redirige el enlace donde se muestra el programa electoral del PSOE. Y también dos enlaces a Youtube para ver en directo los mítines diarios.

**17/04/2019:** Noticia relacionada de la La Vanguardia sobre los extremismos y populismos. Además el enlace diario al canal de Youtube para ver en directo el mitin.

**18/04/2019:** Enlace al canal de Youtube para ver en directo el mitin en Badalona.

**19/04/2019:** Dos enlaces al canal de Youtube para ver en directo los mítines en Donostia (San Sebastian), y en Santander.

**20/04/2019:** Enlace al periódico El País sobre la noticia de los atentados a los cristianos en Sri Lanka. Y enlace a Youtube para ver el mitin en directo desde Alicante.

**21/04/2019:** Enlace a la noticia de una entrevista de Sánchez al periódico La Vanguardia.

**22/04/2019:** Noticia relacionada con su persona en el diario información, (prensa ibérica).

**23/04/2019:** No hay enlaces.

**24/04/2019:** Dos enlaces a los mítines de campaña donde los usuarios lo pueden seguir en directo a través de un canal de youtube.

**25/04/2019:** Enlace a una noticia relacionada en la revista 20 minutos, otra del País, enlaces al canal de youtube para ver los mítines en directo. Enlaces a radios

playser.com, y RTVE donde puedes ver entrevistas que ha realizado durante la campaña electoral.

**26/04/2019:** Enlace a un canal de Youtube para ver en directo los últimos mítines de la campaña electoral. (Toledo, Madrid y Valencia).

#### **Contenido de los videos utilizados:**

**12/04/2019:** Dos tweets con video incorporando partes importantes de su discurso en el mitin de Castellón.

**13/04/2019:** Parte del discurso en el mitin.

**14/04/2019:** Discurso en campaña retransmisión mítines en Las Palmas de Gran Canaria.

**15/04/2019:** Parte del discurso de un mitin y entrevista en Antena 3 noticias dividida en tweets.

**16/04/2019:** 3 tweets con video del discurso electoral en un mitin en Ourense y Vigo.

**17/04/2019:** Dos videos cortos de los discursos realizados en el mitin de Mallorca.

**18/04/2019:** Dos tweets con parte de sus intervenciones en el mitin de Badalona.

**19/04/2019:** Parte del Discurso electoral fraccionado en tweets.

**20/04/2019:** Video emocional en blanco y negro de campaña electoral PSOE, Video en defensa del medio ambiente y contra el CC, video fraccionado del mitin de campaña.

**21/04/2019:** (No hay ningún video durante este día).

**22/04/2019:** Video de concienciación sobre el Medio ambiente y videos sobre el debate con otros tres candidatos a la presidencia en RTVE.

**23/04/2019:** Partes interesadas de sus intervenciones en el debate decisivo en Atresmedia y su sede.

**24/04/2019:** Partes de sus intervenciones en los mítines de Badajoz y Gijón. Además un anuncio de campaña que gira en torno a la España que quieren los Ciudadanos.

**25/04/2019:** Video promocional del PSOE que resume la campaña, y videos del mitin en Barcelona, Granada y Jaén.

**26/04/2019:** Video de su intervención en Cadena Ser, Partes de su discurso en los mítines de Toledo, Madrid y Valencia.

#### **Contenido o tema de las imágenes utilizadas:**

**12/04/2019:** Cartel publicitario de la campaña electoral anunciando el mitin de Castellón.

**13/04/2019:** Cartel de la campaña cambiando el lugar del mitin.

**14/04/2019:** Cartel de la campaña electoral anunciando el mitin de Las Palmas. Una fotografía dedicada a una poeta fallecida y víctima del franquismo, Francisca Aguirre.

**15/04/2019:** Cartel publicitario del mitin en Leganés y una imagen de la victoria del candidato socialdemócrata en Finlandia. Tweet con un resumen de fotografías emocionales realizadas en el mitin.

**16/04/2019:** Carteles publicitarios del mitin en Ourense y Vigo, Agradecimiento de sus 1M de sus seguidores y Programa electoral del PSOE.

**17/04/2019:** Pedro Sánchez sube una imagen al finalizar sus 10 km de Running, Imágenes de su visita a Mallorca y Islas Baleares con su partido, cartel publicitario del mitin en Mallorca.

**18/04/2019:** Resumen Fotográfico de su visita a Lleida, Dos fotografías de su entrevista en Onda Cero, y un cartel publicitario anunciando su mitin en Badalona.

**19/04/2019:** Paseo por Logroño con compañeros de partido, imagen de un libro regalado por el candidato de Logroño, Imágenes de la visita a Viana, Carteles publicitarios del mitin en San Sebastián y Santander.

**20/04/2019:** Cartel publicitario anunciando el mitin en Alicante.

**21/04/2019:** (No hay imágenes este día)

**22/04/2019:** Dos fotografías realizadas a Sánchez en el photocall al llegar al estudio de RTVE para realizar el debate a 4 candidatos.

**23/04/2019:** Imágenes del debate decisivo a 4 candidatos en Atresmedia.

**24/04/2019:** Dos imágenes de dos carteles publicitarios anunciando los mítines en Badajoz y Gijón.

**25/04/2019:** Imágenes de la entrevista en los Desayunos de RTVE, Resumen fotográfico de su mitin en Barcelona, Tres carteles publicitarios anunciando los mítines (Alcalá La Real, Pinos Puente y Barcelona).

**26/04/2019:** Dos imágenes que resumen la entrevista en Cadena Ser. Tres imágenes de los carteles publicitarios que anuncian los mítines en Toledo, Madrid y Valencia.

### Contenido tweets publicados por Pablo Casado:

**12/04/2019:** Habla de posibles pactos entre el PSOE y los partidos independentistas según Junqueras, y también de indultos. Además desarrolla propuestas de su programa electoral. Discurso crítico de la situación económica actual (más parados, menos inversión, menos autónomos, menos consumo). Habla de salvar a España derrotando a Sánchez porque es un peligro para país y tiene los peores aliados (independentistas).

Se manifiesta como el partido que defiende a las víctimas del terrorismo reclamando justicia y reparación, frente a los partidos "proetarras" para que sus votos no sean útiles para formar gobierno.

**13/04/2019:** Convertir España en un país emprendedor, "la California de Europa", poniendo en marcha el plan "Spain Startup", plan de crecimiento empresarial quitando barreras que disuaden a la contratación y creando empresas en 5 días. Economía su principal tema, pero también habla de sus principales medidas de su programa electoral (Apoyo a las mujeres que decidan ser madres, ayudas a la conciliación familiar, fomento del teletrabajo y educación gratuita de 0-3 años. Extender la tarifa plana de 50€ de Autónomos para mayores 52 años, menores de 30 años, parados de larga duración, víctimas de violencia de género y personas con discapacidad > 33%.

**14/04/2019:** Expresa propuestas recogidos en su programa electoral como Defender el medio rural, luchar por la despoblación. Además es importante la unidad del voto para que no se pierda fuerza, también habla de recuperar la libertad, formando una alternativa a un gobierno de Sánchez, con podemos y los independentistas. Por último se muestra muy crítico con el gobierno actual que niega la ralentización y el riesgo de nueva crisis. Prioridad al tema de economía.

**15/04/2019:** Lamenta el incendio de la Catedral de Notre Dame en París por su incalculable valor patrimonial. Propuestas electorales (Apoyo a los FCSE, equiparación salarial, ley de Seguridad Ciudadana y mejorar la seguridad en las Fronteras).

**16/04/2019:** Votando al Partido Popular se Garantizará todos los servicios necesarios de digitalización para la España rural y sus negocios autóctonos (ganadería, gastronomía, agricultura e industria). Habla del problema separatista producido en Cataluña hace meses. Defiende la Unidad de España. PP como

sinónimo de progreso en nuestro país. Pablo Casado define al Partido Popular como; “El partido de las clases medias, de la España que madruga para sacar a sus familias adelante”, defiende; “Un proyecto moderado para recuperar el rumbo de un país que han puesto en riesgo”.

**17/04/2019:** Propuestas electorales expuestas en los mítines de Tarragona y Mallorca, mejorar la seguridad frente a los Yihadistas, un proyecto para incentivar la economía. “Stop Okupas”, medidas sobre nueva vivienda y regeneración. Crítico con Sánchez, no da la cara poniendo en riesgo la unidad de España al pactar con independentistas, comunistas y populistas (Torra, Otegi, Pablo Iglesias), ya que apoyaran la investidura de Sánchez, Critica a RTVE que se haya convertido en una herramienta de Sánchez y no de la cara en el debate a los españoles.

**18/04/2019:** Muy crítico con Sánchez y con sus socios de gobierno. Apoyo a las tradiciones como la Semana Santa y sus creyentes. Apoyo al medio rural (ganadería, pesca y caza) Autónomos y emprendedores con importantes bonificaciones. (Personas con discapacidad, parados jóvenes y mayores de larga duración, víctimas de violencia de género). Apoyo al sector del transporte, incentivar el turismo interior. Mejorar las telecomunicaciones.

**19/04/2019:** Apoyo y afecto a las cofradías que mantienen una importante tradición española como es la semana santa. Critica a Sánchez por utilizar el CIS, los decretos, y TVE según su conveniencia propia. Se muestra dispuesto a llegar acuerdos con partidos abiertos para combatir la xenofobia nacionalista, la violencia abertzale, la ruina que plantea podemos subiendo impuestos, y la fractura de España de los nacionalistas. Apoyo a la industria del motor frente a la demagogia de Sánchez con el diésel, ya que supone el 10% del PIB y gran cantidad de empleos directos e indirectos para nuestro país. Si gobierna el PP no prohibirá ni subirán los impuestos al diésel, sin embargo impulsaran medidas para reducir la contaminación ayudando a renovar la flota y extendiendo puntos de carga eléctrica.

**20/04/2019:** Pide el voto al PP, Porque afirma que es la única alternativa fiable a una alianza de socialistas, comunistas e independentistas. Propone medidas para mejorar el empleo, como una "mochila austriaca" para mantener sus cotizaciones. Reducir la presión fiscal y los impuestos para aumentar los empleos. En definitiva mejor seguridad económica frente a la destrucción de empleo y autónomos en 9

meses de Sánchez. Defiende el diésel. Menos burocracia y más rapidez para favorecer la formación de una empresa.

**21/04/2019:** Crítico con la situación económica y sanitaria que han dejado siempre los gobiernos Socialistas, España en la UCI teniendo el PP que salvarla, medidas para un sistema sanitario sostenible, Habla de unificar el voto del senado. Habla sobre la noticia de actualidad de los atentados a los cristianos en Sri Lanka y condena el acto.

**22/04/2019:** Este día se centra en el debate a cuatro en RTVE, en el cual Casado se muestra relajado, crítico con Sánchez y defiende la actuación histórica del Partido Popular, en el que se ha mejorado la economía, se ha bajado siempre el paro, además expresa propuestas como bajar la presión fiscal a todos, la unidad de España es innegociable, tiende la mano a Rivera para pactar y gobernar, también habla de pensiones y sanidad.

**23/04/2019:** Afirma que Sánchez es el candidato favorito para los enemigos de España, los separatistas, ya que podría negociar con ellos a cambio de escaños para gobernar. Defiende su proyecto porque es el que más ha hecho por España creando 6 millones de empleos, garantizando las pensiones, derrotando a ETA y parando el golpe de estado.

Apuesta por unir el voto para echar a Sánchez y sus socios de gobierno. Bajar los impuestos para salvaguardar el estado de Bienestar. Crear empleo y revalorizar las pensiones que quebró y congeló el PSOE.

**24/04/2019:** El PP critica al gobierno socialista de Andalucía, desde que está gobernando el PP en Andalucía han encontrado; 27.000 personas fallecidas esperando la prestación por dependencia, 500.000 personas ocultas en las listas de espera sanitaria, 2.000M en subvenciones sin justificar, se investigan 5.000M malversados por la izquierda. Muy crítico con Sánchez por mentir en el debate, ya que la Junta de Andalucía gobernada por el PP protege a las víctimas y pretenden que los profesionales estén colegiados como garantía a sus derechos. Propone la ley de maternidad para impulsar la natalidad y el derecho a la vida apoyando con ayudas a las mujeres a ser madres. Avisa del peligro de los populismos y nacionalismos desde Europa. Da el pésame por el fallecimiento de la periodista Paloma Tortajada.

**25/04/2019:** Aspira a presidir un gobierno que genere 2.000.000 de empleos con la mayor bajada de impuestos e la historia frente a la subida que pretende hacer

Sánchez e Iglesias. El PSOE significa más paro, el 80% de los puestos de trabajo los ha creado en el primer trimestre del 2018 el PP. Defiende al PP como garantía de progreso en Europa así como en España. Apoya a Leopoldo López y le da la bienvenida al PP para defender la libertad en Venezuela frente a la dictadura comunista de Maduro. Radical en su discurso, ya que España se juega su existencia porque la independencia no se puede negociar entre Sánchez, Otegui, Torra o Puigdemont, esa decisión le corresponde a todos los Españoles. Han presentado un recurso para que la Junta electoral prohíba a Puigdemont presentarse como candidato al parlamento europeo. Aspira a recuperar la libertad y la legalidad en Cataluña, ya que el golpe de estado sigue, y el proceso ha sido una catástrofe social, económica y de libertades para todos los catalanes.

**26/04/2019:** Resume lo que significa este PP que lidera en una serie de valores; Ilusión, Orgullo, Equipo, Programa, gestión, prosperidad, Libertad, humildad, alegría, renovación, democracia, concordia, constitución, Vocación de Servicio, Responsabilidad, Confianza. Habla de recuperar el Futuro de España, siendo el PP la mejor garantía. Apela al voto útil, que es lo que pretende el PP uniendo el voto en el senado, pero no ha querido Vox ni C's unirlos, para impedir que ese voto vaya a PSOE. Difícil y sacrificada campaña por las circunstancias. No abandonar a los catalanes constitucionalistas con Cayetana Álvarez de Toledo como candidata al congreso de los diputados por Barcelona. Responde al PSOE, ofreciendo el PP como la mejor garantía de futuro.

**Todos los hashtags que ha utilizado:**

**12/04/2019:** #VotaPP #Valorseguro #28A #FelizFinde.

**13/04/2019:** #VotaPP #Valorseguro #Ávila.

**14/04/2019:** #FelizDomingo #ValorSeguro #VotaPP #ElVotoSeUne #28A.

**15/04/2019:** #ElVotoSeUne #28A #VOTAPP #ValorSeguro.

**16/04/2019:** #ValorSeguro #28A #DebateRTVE #ElVotoSeUne #VotaPP.

**17/04/2019:** #ElVotoSeUne #VotaPP #ValorSeguro #PPR #StopOkupas.

**18/04/2019:** (No ha utilizado ningún hashtag durante este día).

**19/04/2019:** #ValorSeguro.

**20/04/2019:** #ElVotoSeUne #ValorSeguro #28A #VotaPP.

**21/04/2019:** #ElVotoSeUne #ValorSeguro #FelizDomingo.

**22/04/2019:** #ELDEBATEenRTVE.



**23/04/2019:** #ElDebateDecisivo #ValorSeguro.

**24/04/2019:** #ValorSeguro #VotaPP.

**25/04/2019:** #CaféDecisivoCasado #ValorSeguro #ParoSánchez #EPA #28A.

**26/04/2019:** #ValorSeguro #VotaPP #ElVotoQueNosUne.

**Perfiles twitter a los que ha hecho Retweet:**

**12/04/2019:** PP, PPCantabria, PP Álava, diario Montañes, compañera de partido en Cantabria Gema Igual Ortiz, candidata por Sevilla al congreso Teresa Jiménez, candidata a la alcaldía de Avilés Esther Llamazares, Asociación de Startups, periodista Tomas Campos, MARCA.

**13/04/2019:** Partido Popular, PP de Castilla y León, y diferentes perfiles de compañeros del partido popular como Alicia García Rodríguez y Salvador de Foronda.

**14/04/2019:** Partido Popular, periódico La Razón, Compañeros de partido o nuevos miembros como Daniel Lacalle.

**15/04/2019:** Periódico ABC Canarias como Retweet. Noticia de La Voz de Galicia. Perfil twitter del Partido Popular.

**16/04/2019:** Twitter del PP, PP de la Comunidad de Madrid, PP Castilla y la Mancha, Compañeras de Partido como Raquel Sanz, Raquel González, Cayetana Alvares de Toledo, Alfonso. F. Mañueco presidente de Castilla y León del pp, José Luis Martínez Almeida candidato a la alcaldía de Madrid.

**17/04/2019:** Economista y ahora Compañero de partido Daniel Lacalle. Partido popular. Dolores Montserrat candidata del PP al parlamento europeo. Company Presidente PP Mallorca, Asociación en defensa de las instituciones penitenciarias, Javier Negre periodista del mundo.

**18/04/2019:** Perfil twitter del PP, Perfil Badajoz local, periodista Manuel Marlasca.

**19/04/2019:** Compañeros de partido y diferentes candidatos del partido popular en Barcelona y en Zaragoza. (Cayetana Álvarez de Toledo, Daniel Lacalle, Jorge Azcón, Luis María Beamonte.

**20/04/2019:** Perfil Partido Popular para ver el mitin en directo, Compañeros de partido en el lugar del mitin como, Santiago Serrano y Manuel Serrano. Perfil de NNGG.

**21/04/2019:** Periódico La Razón, Twitter PP donde ofrece el mitin en directo del PP, Lorenzo Amor presidente de los Autónomos.

**22/04/2019:** Partido Popular, El País, Grupo Popular Congreso, Radio Nacional, Europa Press Castilla La Mancha, Isabel G<sup>a</sup> tejerina candidata al congreso por Valladolid, Daniel Lacalle.

**23/04/2019:** Juanma Moreno presidente popular en Andalucía, Herrera en Cope, Partido Popular, Antena 3 Noticias, Ruta Social, Antena3, Compañeros de partido.

**24/04/2019:** Partido Popular, tweet de Manfred Weber, tweet de un compañero de Partido como Pablo Montesinos, tweet del periodista Juanma Lamet.

**25/04/2019:** Tweet del programa Es la mañana de Federico Jimenez Losantos, otro del ElCascabel, varios tweets del Partido Popular y otros tantos de Espejo Público.

**26/04/2019:** Perfil ABC, La Mañana de Federico (EsRadio), Partido Popular, Partido Popular Comunidad de Madrid, Partido Popular Villa de Vallecas, Perfiles de compañeros de partido, como Feijó, Cuenta de la asociación de trabajadores penitenciarios denominada “TU ABANDONO ME PUEDE MATAR”

#### **Perfiles twitter que ha mencionado:**

**12/04/2019:** (No utiliza ninguna mención en este día)

**13/04/2019:** Populares.

**14/04/2019:** populares y Cayetana Álvarez de Toledo, compañera de partido y candidata del PP al congreso por Barcelona.

**15/04/2019:** FEMEPA (Federación de La Pequeña y Mediana Empresa del Metal y de las Nuevas Tecnologías de las Palmas)

**16/04/2019:** CayetanaAT, populares, quesoslamozalba.

**17/04/2019:** (No utiliza mención este día).

**18/04/2019:** (No utiliza mención este día).

**19/04/2019:** navarra\_suma (Plataforma electoral)

**20/04/2019:** (No utiliza mención este día).

**21/04/2019:** SenadoEsp,

**22/04/2019:** (No utiliza mención este día).

**23/04/2019:** (No utiliza mención este día).

**24/04/2019:** Menciona al perfil twitter de La Cope, el de La Cadena Ser, y también el de Manfred Weber candidato a la comisión Europea.

**25/04/2019:** Menciona al perfil twitter de los Populares, Leopoldo López Padre opositor de Venezuela, Antena3, Espejo Público, a Susanna Griso.

**26/04/2019:** Menciona a Cayetana Álvarez de Toledo diputada al congreso por Barcelona.

**Los enlaces web que ha utilizado:**

**12/04/2019:** No hay enlaces.

**13/04/2019:** No hay enlaces.

**14/04/2019:** Periódico La Razón como Retweet.

**15/04/2019:** No hay enlaces.

**16/04/2019:** Periódico digital ElMundo.es

**17/04/2019:** Enlace a una noticia del diarioSur.es

**18/04/2019:** No hay enlaces.

**19/04/2019:** No hay enlaces.

**20/04/2019:** No hay enlaces.

**21/04/2019:** Noticia relacionada a ElMundo.es

**22/04/2019:** Noticia de ElMundo.es

**23/04/2019:** No hay enlaces.

**24/04/2019:** Noticia relacionada y redirigida a la página web de cope.es

**25/04/2019:** No hay enlaces.

**26/04/2019:** No hay enlaces.

**Contenido de los videos utilizados:**

**12/04/2019:** Videos de campaña electoral visitando ciudades, partes del discurso del mitin, además aparece cocinando en un restaurante del pueblo de su abuela comidas típicas de la zona.

**13/04/2019:** Video abrazándose con su compañero de partido, hijo de Adolfo Suarez y candidato al congreso por Madrid, partes del discurso de campaña en un mitin.

**14/04/2019:** Parte del discurso de un mitin de Campaña.

**15/04/2019:** Incendio de la Catedral de Notre Dame. Parte del mitin realizado en el Puerto de Canarias. Visita a Santiago de Compostela. Visita a la Granja de su primo.

**16/04/2019:** Videos fraccionados de campaña donde Pablo Casado habla de propuestas de su programa electoral, además otros videos de su discurso en diferentes mítines.

**17/04/2019:** Resumen de la jornada electoral con los mítines en Tarragona y en Palma de Mallorca.

**18/04/2019:** Videos fraccionados mediante tweets en los que se muestran las partes más importantes del discurso en Badajoz y Cáceres.

**19/04/2019:** Discurso de un mitin fraccionado en tweets en Pamplona, La Rioja o Zaragoza.

**20/04/2019:** Discurso del mitin en Alicante, Albacete y Almansa.

**21/04/2019:** Partes del mitin en Toledo.

**22/04/2019:** Resumen en tweets partes de sus intervenciones en el debate con otros cuatro candidatos a la presidencia del gobierno en RTVE.

**23/04/2019:** Partes interesadas de sus intervenciones en el debate decisivo a cuatro en Atresmedia.

**24/04/2019:** 2 videos cortos de su intervención en un mitin.

**25/04/2019:** Partes de su discurso en dos mítines diferentes, uno en Barcelona y otro en Murcia. Se dividen 6 videos diferentes en 6 tweets.

**26/04/2019:** Partes de sus intervenciones en los últimos mítines de campaña, además aparece un video dando las gracias a la gente que se ha quedado fuera del último mitin en WiZink Center Madrid por falta de espacio.

#### **Contenido o tema de las imágenes utilizadas:**

**12/04/2019:** Foto del acto de campaña en Santander, foto con los trabajadores de la central de energética de Alcoa, foto de un mitin donde se muestra a pablo casado junto una compañera de partido y la multitud de gente de fondo.

**13/04/2019:** Fotografías de su visita a Burgos junto a sus compañeros de partido y campaña, imagen de Pablo casado vestido de cofrade en Ávila, fotografías de un mitin del partido.

**14/04/2019:** Imagen del inicio de la semana santa (domingo de ramos) y el candidato Pablo casado cogiendo a un cordero en la granja de su primo en Castilla y León.

**15/04/2019:** Pablo Casado aparece apoyando a la FEMEPA aprovechando su visita a las Palmas de Gran Canaria, También aparece soldando en una foto.

**16/04/2019:** Imagen de Pablo Casado haciendo queso junto al candidato del pp de Castilla La Mancha, y una imagen de un acto de campaña abrazado a una compañera y saludando al público.

**17/04/2019:** (No hay imágenes este día)

**18/04/2019:** (No hay imágenes este día)

**19/04/2019:** Procesión Santo Entierro en Zaragoza.

**20/04/2019:** (No hay imágenes este día)

**21/04/2019:** Imagen sobre una propuesta de un sistema sanitario sostenible.

**22/04/2019:** (No hay imágenes este día)

**23/04/2019:** Imágenes en el debate con su compañero de Partido Teodoro García y después en la sede del PP donde valora su debate con Javier Maroto y demás compañeros.

**24/04/2019:** Dos imágenes con Juanma Moreno rodeados de público en el mitin de Granada, una imagen con el candidato a la comisión Europea Manfred Weber mostrándole su apoyo.

**25/04/2019:** Una fotografía de su invitación al programa un café con Susanna Griso, otra imagen con el Padre del opositor venezolano Leopoldo López donde le da la bienvenida al PP.

**26/04/2019:** 4 Imágenes de su último mitin multitudinario en el WiZink Center de Madrid cerrando la campaña electoral. Otra imagen de los km recorridos durante la campaña, agradece a los periodistas que le han acompañado.

## 7. CONCLUSIONES

**7.1** Al iniciarse la campaña electoral, Pedro Sánchez es el candidato con más **seguidores** y Pablo Casado es el candidato con menos seguidores, esto puede ser debido a que Pedro Sánchez lleva más tiempo en primera línea de política que el candidato del partido popular Pablo Casado, también a que Pedro Sánchez ha llegado a ser de forma breve en el tiempo presidente del gobierno, siguiendo como presidente en funciones actualmente, en cambio Pablo Casado de momento no lo ha sido. Además Pedro Sánchez lleva más tiempo en la red social twitter, ya que se creó la cuenta en agosto del año 2009, mientras que el candidato popular Pablo Casado se la creó en marzo del 2012, llevándose 3 años de diferencia entre el inicio de la actividad de ambas cuentas , y por tanto más del triple de seguidores. Al finalizar la campaña electoral hemos comprobado como **Pedro Sánchez es el candidato más popular de la campaña en twitter**, y Pablo Casado es el candidato menos popular de la campaña, ya que Pedro Sánchez ha obtenido más nuevos seguidores que Pablo Casado durante los 15 días de campaña electoral.

**7.2** Visualizamos más **número de tweets** en el perfil twitter de Pablo Casado que en el perfil de Pedro Sánchez. La mayoría de tweets que visualizamos en el perfil twitter de Pedro Sánchez son tweets publicados por el mismo, mientras que la mayoría de los tweets que visualizamos en el Perfil twitter de Pablo Casado son Retweets. Los Retweets con comentario son una minoría, ya que no han sido usuales durante la campaña electoral en los perfiles twitter de ambos candidatos, sin embargo Pedro Sánchez Retweetea con comentario más que Pablo Casado.

**7.3** En cuanto a los **resultados electorales**, Pedro Sánchez ha ganado las elecciones generales del 28 de Abril, y será el futuro presidente de España y el PSOE gobernará el país con el apoyo de otras fuerzas políticas, además hemos demostrado en anterioridad que el candidato socialista ha obtenido mayor número de seguidores en twitter durante la campaña electoral, por lo tanto el discurso, recursos y formatos utilizados en twitter por Pedro Sánchez han sido más eficaces entre los usuarios que el discurso, recursos y formatos utilizados en twitter por Pablo Casado, ya que ha sido el perdedor de estas elecciones.

**7.4** Se pueden observar diferencias y similitudes en la utilización de **la interfaz** por cada candidato. Pedro Sánchez cambia intencionadamente la foto de perfil de su interfaz twitter durante la campaña, mientras que Pablo Casado se mantiene fiel a la misma interfaz twitter que al comenzar la campaña, sin variar ninguna de sus dos imágenes (ni de fondo, ni de perfil). Ambos candidatos utilizan la imagen de fondo de twitter al día siguiente de conocer los resultados electorales (Lunes 29 de Abril), para agradecer el apoyo en forma de “gracias” a los ciudadanos que han votado a un candidato u otro. A la hora de autodefinirse cada candidato en su biografía es lógico que existan diferencias en cuanto al contenido ya que no son iguales ambos candidatos ni en ideales ni tampoco en sus formas. Pablo Casado es más conservador, sencillo y breve a la hora de autodefinirse, mientras que Pedro Sánchez es más extenso, tiende más a la novedad y utiliza más cantidad de recursos. Pablo Casado muestra la bandera de España tanto en la foto de perfil, como en la de fondo de diferente forma, algo que favorece el colorido y la armonía de su interfaz twitter, en cambio Pedro Sánchez no hace referencia a la bandera constitucional española de ninguna de las maneras. En general, es bastante parecido el uso de la interfaz twitter por uno y otro candidato, ya que ambos utilizan la imagen de fondo twitter para establecer el eslogan o eslóganes de la campaña, obviamente diferente

en cuanto a contenido y forma pero al final ambos utilizan un fondo gris. Además ambos utilizan la opción imagen de perfil twitter para establecer una fotografía de tipo primer plano de cada candidato.

**7.5 El discurso** del candidato del Partido Socialista Obrero Español Pedro Sánchez, como ha sido muy común en la gran mayoría de las elecciones en las que han participado los partidos políticos tradicionales españoles por excelencia, PP Y PSOE, tiende más hacia lo social y progresista, hablando de “justicia social, convivencia, violencia de género, limpieza política, feminismo, cambio climático”, mientras que el discurso del candidato del Partido Popular Pablo Casado tiende más hacia lo económico, hablando de “emprendimiento, autónomos, propuestas económicas, de bajadas de impuestos, desarrollo rural, apoyo a las costumbres y tradiciones, pensiones”. Pedro Sánchez presenta un discurso previsible, sintetizado, conciso, y repetitivo en el tiempo, estas características favorecen que la información sea recordada al final por el público objetivo. En cambio, Pablo Casado comenta sus diferentes propuestas de su programa electoral, utilizando un discurso más extenso y constante, algo que no favorece que sea recordado por dicho público, aunque sean propuestas de mejoras e interesantes para el país. Pedro Sánchez elabora de manera muy eficaz una campaña del miedo en contra de la extrema derecha, ya que según aclara el candidato socialista, VOX puede llegar a tomar decisiones en un gobierno de derechas de coalición (PP, VOX, Ciudadanos), poniendo en riesgo derechos y libertades que existen en la actualidad, haciendo retroceder a la sociedad al pasado. Por eso frases como; “Futuro frente a pasado”, “Justicia Social, convivencia territorial y limpieza política, frente a la desigualdad, confrontación y corrupción”, se repiten constantemente en su perfil twitter durante toda la campaña electoral. Pablo Casado utiliza un lenguaje más coloquial que el candidato del partido socialista Pedro Sánchez, hemos encontrado ejemplos de palabras como “okupas, proetarras, etc.”, que no son muy convenientes en comunicación política. Mientras que el candidato socialista Pedro Sánchez utiliza un lenguaje más formal. Por lo tanto, este tipo de discurso llevado a cabo por Pedro Sánchez, mucho más breve y centrado en una idea, ha surtido efecto, captando la atención de los usuarios y del público, como bien se ha demostrado en los resultados electorales.

**7.6** El líder de la oposición Pablo Casado presenta una **actitud** pesimista de la situación actual, mientras que el presidente del gobierno en funciones Pedro Sánchez presenta una actitud positiva de la situación actual que vive el país, algo contradictorio que entra dentro del contexto político y de la normalidad política. Ambos se critican mutuamente en busca de la inalcanzable razón política. Pablo Casado defiende un proyecto conservador para el país, manteniendo las cosas buenas y mejorando las malas, mientras que Pedro Sánchez defiende un proyecto continuista en las mejoras sociales que se han producido en España durante los meses que lleva él gobernando, como la subida del SMI, y gracias al apoyo de Podemos.

**7.7** Hemos identificado similitudes en el modo de utilizar los **hashtags** y también diferencias en cuanto a contenido, ya que ambos candidatos repiten hashtags todos los días y durante toda la campaña. Es muy común la repetición de hashtags en ambos perfiles haciendo alusión a los claims, lemas o eslóganes seleccionados para cada campaña concreta. Por ejemplo, Pablo Casado utiliza a diario hashtags asociados a la campaña del PP como; “#ValorSeguro #ElVotoSeUne #ElVotoQueNosUne #VotaPP #28A”, mientras que el candidato socialista utiliza hashtags asociados a la campaña del PSOE, como; “#LaEspañaQueQuieres #HazQuePase #EstamosMuyCerca #votaPSOE #28A”.

**7.8** No existen grandes diferencias entre uno y otro candidato en el modo de uso a la hora de realizar **Retweets** a los tweets publicados por otros perfiles en twitter, ambos candidatos hacen suyos tweets publicados por sus compañeros de partido, también tweets publicados por el partido político al que pertenece y representa cada uno, además hemos observado como realizan Retweets a tweets de medios de comunicación, tweets de instituciones relacionadas con cada partido, y otros tweets de asociaciones a las que apoyan a cada partido según el tipo de discurso.

**7.9** En cuanto a la utilización de **la mención**, es muy común que Pedro Sánchez mencione a sus compañeros de partido que se encuentran en el lugar donde se realiza cada acto de campaña, por ejemplo, cuando Pedro Sánchez va a dar un mitin del PSOE en Castellón, a la hora de publicar un tweet que resuma su jornada electoral, menciona a todos aquellos compañeros del partido socialista de la comunidad valenciana, que le han acompañado al candidato en ese acto concreto, esta forma sistemática de mencionar y de resumir la jornada se va a repetir durante todas las visitas a las ciudades que va visitando



el candidato socialista durante toda la campaña electoral, aunque van variando como no puede ser de otra manera los participantes y las menciones en cada caso. Pablo Casado, al contrario que el candidato del PSOE, utiliza la mención de forma más esporádica, por ejemplo, a veces menciona al medio de comunicación y al periodista que le ha realizado una entrevista, otras lo utiliza en un tweet para mencionar la labor de un compañero de partido que ha sido nombrado por el propio Pablo Casado como candidato al congreso de los diputados, también menciona organizaciones que ha visitado durante algún acto de campaña. En definitiva, la mención en el perfil twitter de Pedro Sánchez es más sistemática y en el perfil de Pablo Casado la mención es más esporádica, sin embargo ambos mencionan con regularidad a su partido en sus diferentes publicaciones o tweets.

**7.10** También podemos observar similitudes y diferencias entre ambos candidatos a la hora de utilizar **enlaces** a otras páginas relacionadas. Los dos candidatos utilizan el enlace para redirigir al usuario a una noticia relacionada en algún medio de comunicación, normalmente utilizan más enlaces que corresponden a medios de comunicación afines con la ideología de cada partido. Por ejemplo, en el perfil twitter de Pablo Casado hemos encontrado enlaces que redirigen a periódicos digitales como La Razón, La Cope, El Mundo o diario Sur, mientras que en el perfil del candidato Socialista, hemos encontrado enlaces a medios de comunicación tipo, El País, La Cadena Ser, La Vanguardia, etc. Además el candidato socialista utiliza en sus tweets todos los días el enlace que redirige a un canal de Youtube, en el cual ofrecen la posibilidad al usuario de seguir en directo los mítines diarios de Pedro Sánchez, esta opción de seguir los mítines en directo a través de un enlace no existe en el perfil twitter del candidato popular Pablo Casado.

**7.11** En cuanto a la utilización de **los videos** no existen grandes diferencias entre uno y otro, ya que ambos utilizan el video de la misma forma, es decir, ambos publican un tweet con un buen encabezado de texto en la parte superior, y en la parte inferior adjuntan un video a modo resumen tratando de forma fraccionada y en diferentes tweets lo más interesante del discurso de cada candidato durante el mitin diario. También adjuntan en modo video lo más interesante del debate en RTVE y en Atresmedia defendiendo sus intereses cada candidato.

**7.12 Las imágenes** son utilizadas por los candidatos en twitter a modo resumen de su jornada de campaña electoral, ya que ambos usuarios muestran imágenes sobre su día a día, recogiendo todo lo acontecido para que los usuarios estén totalmente actualizados e informados de su candidato favorito. En estas fotografías aparecen visitando las ciudades donde se celebran los mítines, también se muestra a los políticos asistiendo a empresas, organizaciones, debates, entrevistas, incluso aparecen compañeros y compañeras de partido en muchas de esas imágenes. La principal diferencia entre ambos se encuentra en que el candidato socialista Pedro Sánchez, además aporta los carteles publicitarios que anuncian los mítines cada día, en forma de tweet con imagen en su perfil twitter.

**7.13** Por último, observamos que ambos perfiles twitter siguen una **agenda mediática** concreta, que es establecida previamente por los dos partidos al que pertenece cada candidato, y la figura del community manager es imprescindible para plasmar ese programa en cada perfil de twitter, además PSOE Y PP siguen siendo los dos partidos tradicionales que más apoyo reciben en forma de votos en las elecciones generales de España, dos partidos que representan dos ideologías totalmente opuestas, y que han conseguido gobernar el país en diferentes etapas desde que se instauró la democracia, por lo que seguirán siendo objeto de estudio y análisis en próximas elecciones y también en redes sociales estableciendo una perspectiva comparada entre ambos partidos y candidatos como lo hemos intentado hacer mediante este trabajo de investigación.

**7.14** A continuación se resuelven las **hipótesis** planteadas al inicio de esta investigación teniendo en cuenta toda la información anterior.

**H1: Se rechaza la primera hipótesis que hemos planteado**, no existe una correlación directa entre el número de tweets visualizados en cada perfil y el resultado electoral, hemos observado que en el perfil twitter de Pedro Sánchez hay menos tweets que en el perfil twitter de Pablo Casado, sin embargo Pedro Sánchez ha conseguido ganar las elecciones generales.

**H2: Se acepta la segunda hipótesis que hemos planteado**, existe una correlación directa entre el incremento de nuevos seguidores y el resultado electoral, hemos comprobado que Pedro Sánchez ha sido el candidato más popular obteniendo más seguidores en twitter

durante la campaña y posteriormente ha conseguido mejor resultado en forma de número de votos que el candidato del partido popular, Pablo Casado.

**H3: Se rechaza la tercera hipótesis que hemos planteado**, no existe una correlación directa entre el número de tweets utilizados o visualizados en cada perfil twitter y el incremento del número de seguidores de cada cuenta. Hemos observado más tweets en el perfil twitter de Pablo Casado, sin embargo, el candidato el partido popular ha conseguido menos seguidores en twitter durante la campaña electoral.

**H4: Se cumple la cuarta y última hipótesis que hemos planteado**, el discurso de Pedro Sánchez defiende más valores sociales, mientras que el discurso de Pablo Casado se centra más en la economía.

## 8. BIBLIOGRAFÍA

Abejón, P; Sastre, A; y Linares, V. (2012). Facebook y Twitter en campañas electorales en España. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social Disertaciones*, 5 (1), Artículo 7, pp. 129 - 159.

Recuperado de: <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones/>

Zugasti, R; Pérez, J. (2015). La interacción política en Twitter: el caso de @ppopular y @ahorapodemos durante la campaña para las Elecciones Europeas de 2014. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, N°28, pp. 2 - 14.

Recuperado de: <http://institucional.us.es/ambitos/?p=1697>

Peña, K; Pérez, M; Rondón, E. (2010). Redes Sociales en Internet: Reflexiones sobre sus posibilidades para el aprendizaje cooperativo y colaborativo. *Revista de teoría y didáctica de las Ciencias Sociales*, N°16. pp. 173 - 205. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3750389>

Muller, M.J. (2012). Mundo Twitter: Una guía para comprender y dominar la plataforma que cambió la red. *Austral Comunicación*, 1 (1), pp. 101 - 103. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5652796>

Orihuela, J.L. (2011). *Mundo twitter*. Barcelona: Atienta.

Rodríguez, R. Ureña, D. (2011). Diez razones para el uso de twitter como herramienta política. *Comunicación y Pluralismo*. Nº 10, pp. 89 - 116. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3883894>

Congosto, M.L. Fernández, M. & Moro Egido, E. (2011). Twitter y Política: Información, opinión y ¿predicción?. *Cuadernos de Comunicación Evoca*, 4, pp. 11 - 15. Recuperado de: [https://earchivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/21631/twitter\\_congosto\\_EVOCA\\_2011.pdf](https://earchivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/21631/twitter_congosto_EVOCA_2011.pdf)

Echevarría, G. & Riorda, M. (2010). Políticos y twitteros. *Ámbito Financiero*.

Thomases, H. (2010). *Twitter Marketing*. Indianápolis: Wiley.

Livne, A., Simmons, M.P., Adar, E. & Adamic, L.A. (2011). The party is over here: structure and content in the 2010 election. En *Proceedings of the Fifth International Conference on Weblogs and Social Media* (pp. 201-208). Washington D.C.: AAAI Press.

Fernández, M. (2018). *Twitter, el pájaro que llevó a Donald Trump a la casa blanca*. Universitat Oberta de Catalunya. Barcelona. Recuperado de: <http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/83110/6/mfernandezsantiTFM0618memoria.pdf>

## **9. ANEXOS Y WEB CONSULTADAS**

<https://twitter.com/sanchezcastejon>

<https://twitter.com/pablocasado>

<https://resultados.elpais.com/elecciones/2019/generales/congreso/>

<https://resultados.elpais.com/elecciones/generales.html>

<https://www.abc.es/elecciones/elecciones-generales/resultados/>

<http://www.rtve.es/noticias/20190312/diario-campana-cierre-campana-26-abril/1900575.shtml>